



REPÚBLICA DE CUBA
MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR
INSTITUTO SUPERIOR MINERO METALURGICO DE MOA
“Dr. Antonio Núñez Jiménez”

Facultad de Humanidades-Estudios Socioculturales.

Trabajo de Diploma en opción al Título de Licenciada en Estudios Socioculturales

Título:

*IMPLEMENTACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DEL VI
CONGRESO DEL PARTIDO EN LA RED COMERCIAL EN
MOA, SU IMPACTO SOCIOCULTURAL*

Autor: Marisol Fonseca Miranda

*Tutor: MSc. Rolando Gamboa Rodríguez
Lic. Claribel Fonseca Miranda*

“Año 55 del triunfo de la Revolución”

Moa- 2013

Declaración de autoridad

Nosotros: Diplomante Marisol Fonseca Miranda

Tutores: MSc. Rolando Gamboa Rodríguez

Lic. Claribel Fonseca Miranda

Avalados como únicos autores de este TRABAJO DE DIPLOMA, certificamos su propiedad intelectual a favor del Instituto Superior Minero Metalúrgico de Moa, el cual podrá hacer uso del mismo con la finalidad que estime conveniente.

Firma del Diplomante

Firma de los Tutores

Dedicatoria:

Dedico este trabajo a mis hijos, por su amor y comprensión; a mis tutores: Rolando y Claribel, por su apoyo incondicional, a mis familiares, profesores, amigos y amigas a nuestro ISMM y muy especialmente, a la memoria de mis padres, que en gloria estén.

Agradecimientos

Llegue a través de estas modestas palabras mi eterno agradecimiento a aquellos que de una forma incondicional brindaron su ayuda para la elaboración de este trabajo. Recíbanlo especialmente los tutores, Rolando Gamboa Rodríguez y Claribel Fonseca Miranda, pilares decisivos para la elaboración del mismo. Súmanse a este, el amor y la comprensión de mis amados hijos y la guía de mis padres, que en gloria estén.

A todos y a todas muchas gracias.

FRASES

“Una economía que tenga que sostenerse sobre la base de Comprar mucho y gastar cada vez más materia prima, más energía, contaminar más el Ambiente y derrochar recursos, es una economía insostenible”.

Fidel Castro Ruz

Los efectos sobre la sociedad de la “actualización del modelo económico” abarcarán un espacio más allá de lo estrictamente económico: habrán de impactar en las dinámicas de todo el tejido social y constituirá un abono para la reestructuración de la Subjetividad y, por consiguiente, de los elementos que conforman la conciencia.

Raúl Castro Ruz

RESUMEN

A raíz del VI Congreso del Partido Comunista de Cuba, el 18 de abril de 2011, se aprobaron los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, a partir de aquí se derivaron un grupo de indicaciones que cada sector de la esfera económica y social debía implementar para mejorar la calidad de los servicios y la producción. El comercio minorista pasa a ser una prioridad de las autoridades, por ser el sector responsabilizado con la alimentación y confort de la población.

Con la implementación de estos lineamientos se observan transformaciones en los servicios que presta la red comercial; sin embargo todavía no se cuenta con los niveles deseados, respecto a los servicios gastronómicos y comerciales en correspondencia con las exigencias sociales. Lo anterior constituye una realidad en el municipio Moa, cuestión esta que originó la necesidad de realizar una investigación con el propósito de evaluar el impacto sociocultural de la implementación de los lineamientos del VI congreso del partido en la red comercial en el Consejo Popular Moa Centro.

Con la ayuda de métodos y técnicas de la investigación cualitativa y asumiendo la fenomenología como método esencial, permitió constatar que con la implementación de los Lineamientos del VI Congreso del Partido en la red comercial en el Consejo Popular Moa Centro se han originado resultados satisfactorios en los servicios que prestan a la población; sin embargo existen dificultades que aún deben atender las autoridades del territorio.

SUMMARY

Soon after the VI Congress of the Communist Party of Cuba, April of 2011, 18 were approved the Limits of the Economic and Social Politics of the Party and the Revolution, starting from here it were derived a group of indications that each sector of the economic and social sphere should implement to improve the quality of the services and the production. The trade retailer becomes a priority of the authorities, to be the sector made responsible with the feeding and the population's comfort.

With the implementation of these limits transformations are observed in the services that it lends the commercial net; however still it is not had the wanted levels, regarding the gastronomic and commercial services in correspondence with the social demands. The above-mentioned constitutes a reality in the municipality Moa; question this that originated the necessity to carry out an investigation with the purpose of evaluating the sociocultural impact of the implementation of the limits of the VI congress of the party in the commercial net in the Popular Council Moa Center.

With the help of methods and technical of the qualitative investigation and assuming the phenomenology like essential method, it allowed to verify that with the implementation of the Limits of the VI Congress of the Party in the commercial net in the Popular Council Moa Center has originated satisfactory results in the services that it lend to the population; however it exist difficulties that still debit side to assist the authorities of the territory.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: POLÍTICAS QUE RIGEN EL FUNCIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS COMERCIALES, SU IMPACTO SOCIOCULTURAL.	6
1.1 Las actividades comerciales, un acercamiento a su génesis.....	6
1.1.1 Etapas del desarrollo del comercio	7
1.1.2 La Balanza de pagos	17
1.1.3. El Proteccionismo	18
1.2 Políticas que rigen las actividades comerciales en Cuba.....	21
1.3 El impacto sociocultural de las actividades comerciales y su evaluación	26
CAPÍTULO II. EVALUACIÓN DEL IMPACTO SOCIOCULTURAL DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DEL VI CONGRESO DEL PARTIDO EN LA RED COMERCIAL EN EL MUNICIPIO MOA.....	34
2.1 La metodología utilizada para evaluar el impacto sociocultural de la implementación de los lineamientos del VI congreso del partido en la red comercial en el municipio Moa.....	34
2.1. 1- Algunas consideraciones del enfoque cualitativo.	34
2.1.2- Justificación.	35
2.1.3- Diseño de la investigación.....	35
2.1.4- Particularidades del método fenomenológico asumido para el estudio	37
2.1.5 Estrategias de recogida y análisis de datos.....	38
2.1.6 Diseño muestral.....	40
2.1.7- <i>Conceptualización</i> de las variables y categorías de la investigación.....	41
2.2 Evaluación del impacto sociocultural de la implementación de los Lineamientos del VI Congreso del Partido en la red comercial del Consejo Popular Moa Centro	41
2.2.1 Breve descripción del escenario	41
2.2.2 Resultados de los instrumentos aplicados.....	44

2.3 Principales resultados arrojados por la investigación.....	50
CONCLUSIONES.....	54
RECOMENDACIONES.....	56
BIBLIOGRAFÍA	57
ANEXOS	

INTRODUCCION

El comercio es tan antiguo como el propio hombre, el cual ha desempeñado un papel importante para la subsistencia y desarrollo de las sociedades. Es imposible imaginarse el desarrollo de un país, sin la presencia de la actividad comercial.

Es a finales del Neolítico, con el desarrollo de la agricultura, que empiezan a introducirse nuevas tecnologías como: herramientas de trabajo y la fuerza animal, las cosechas obtenidas eran mayores. Esto hizo que gran parte de la población empezara a especializarse en trabajos como: la alfarería y la siderurgia entre otras, dando lugar al surgimiento de un excedente y con este el momento propicio para que surgiera el comercio.

La necesidad de intercambiar los excedentes de las cosechas entre otros objetos y otras comunidades como por ejemplo: armas, para defender la comunidad; depósitos para poder transportar o almacenar los excedentes alimentarios (ánforas) nuevos utensilios agrícolas (azadas de metal) objetos de lujo (espejos pendientes) dieron lugar al surgimiento del comercio como actividad.

Es importante señalar que con el desarrollo de la ciencia y la tecnología, también el comercio se ha perfeccionado y han aparecido nuevas formas para el intercambio. Cada país establece los mecanismos de gestión, transacción e intercambio de los productos necesarios para la sostenibilidad de la economía. En el caso del comercio exterior (fuera de sus fronteras) existen normas que rigen esta actividad.

En el caso de Cuba, que se ha propuesto la consolidación de su socialismo, la actividad comercial desempeña un papel determinante. Es necesario resaltar que ante la crisis económica mundial y el recrudecimiento del bloqueo norteamericano han hecho que el país asuma una actitud más consecuente respecto a la política económica para poder insertarse en la economía internacional, de manera que esto se revierta en un mejor servicio y calidad de vida de la población.

Para las autoridades cubanas, la actividad comercial es un proceso que involucra una serie de variables, las cuales son necesarias considerar para lograr mejor equidad y solvencia, como es la calidad, tanto del producto o el servicio que se presta. El país ha trazado una serie de medidas para actualizar el modelo económico.

El modelo económico cubano, impulsado por el Partido y el Gobierno, se ha convertido en una alternativa para la sostenibilidad de la economía. El mismo ha traído aparejado un cambio en la concepción de la actividad comercial, haciéndola funcional a las exigencias actuales del desarrollo económico y social.

A raíz del VI congreso del PCC, se trazan los lineamientos que rigen la política económica y social, se amplía la actividad no estatal, como garantía del desarrollo económico y comercial. El trabajo por cuenta propia cambia de concepción y se enfatiza en la calidad de los servicios a la población.

Ante esta situación la estructura y organización del comercio minorista, como organismo que rige el comercio interno, deberá dirigirse a diversificar las calidades y surtidos de los productos y servicios que se ofertan, para satisfacer las demandas de los diferentes segmentos de la población. Estos son elementos determinantes para la sostenibilidad y sustentabilidad de las redes comerciales estatales.

La competencia constituye una cualidad que no se debe perder de vista, cuando se analizan cada uno de los lineamientos que hoy rigen la política comercial del país, surge la misma como factor determinante de calidad y desarrollo.

Las redes comerciales deben enfrentarse a estas transformaciones con mentalidades más abiertas y con el ánimo de un cambio de paradigma ante la gestión, ejecución y control de sus actividades. La implementación de estos lineamientos implica adoptar las medidas, en correspondencia a los contextos, que garanticen un salto cualitativo y cuantitativo de desarrollo.

La implementación de la política para el comercio en la empresa comercial en Moa ha constituido un reto garantizar la satisfacción de las necesidades de la población con más ofertas y demandas; en la prestación de servicios eficientes y con calidad. Proteger las familias con bajos ingresos a través de los diferentes programas.

En el territorio se cuenta con acciones concretas que han permitido la implementación de los lineamientos, como: la ampliación de las unidades comerciales y la atención diferenciada a los grupos sociales de bajos ingresos. A pesar de todo lo que se ha avanzado quedan algunos problemas que deben ser atendidas con urgencia.

Un análisis fáctico al estado actual de la actividad comercial minorista en el Consejo Popular Moa Centro, se pudo constatar insuficiencias como:

- No se ha logrado el arrendamiento de unidades gastronómicas a cuentapropistas.
- Falta de sistematicidad en el abastecimiento a las unidades de productos de primera necesidad.
- No se ha concretado la construcción de las mini industrias locales.
- Algunas unidades gastronómicas no logran los niveles de calidad e higienización establecidos.
- Deterioro constructivo de las instalaciones, falta de equipos de refrigeración lo que no permite brindar el servicio con la calidad requerida.

De lo anterior emerge como contradicción, en su manifestación externa: las insuficiencias del comercio minorista en Moa y las exigencias actuales del nuevo modelo económico cubano.

Teniendo en cuenta los argumentos expuestos se impone la necesidad de desplegar una investigación enfocada al siguiente **problema científico**: ¿Qué

impacto sociocultural ha experimentado la implementación de los lineamientos del VI congreso del partido en la red comercial en el Consejo Popular Moa Centro?

Como **objetivo general** de la investigación: Evaluar el impacto sociocultural de la implementación de los lineamientos del VI congreso del partido en la red comercial en el Consejo Popular Moa Centro?

Para llevar a felices términos la investigación se proponen los siguientes **objetivos específicos**:

- Determinar las políticas que rigen el funcionamiento de la red comercial y la evaluación de impactos.
- Caracterizar la red comercial en el Consejo Popular Moa Centro.
- Determinar el impacto sociocultural de la implementación de los lineamientos del VI Congreso del Partido en el Consejo popular de Moa Centro.

La investigación asume la utilización de **métodos** cualitativos y cuantitativos. Este procedimiento es definido como de triangulación. Se empleó la triangulación diacrónica, porque se parte de un estudio inicial descriptivo del fenómeno, para luego pasar a un análisis donde se utilizan las técnicas cualitativas. Se toma como punto de partida la información empírica para luego adentrarse en las esencias como vía de explicar y demostrar.

La fenomenología, como método predomina en la investigación, el mismo está encaminado a la búsqueda de elementos que caracterizan la implementación de los lineamientos en la red comercial, a partir de la concepción que tienen las personas sobre este proceso.

También fue necesario el auxilio de diferentes técnicas e instrumentos para la recogida de las informaciones tanto del nivel empírico como teórico para facilitar la caracterización del objeto que se investiga y realizar las inferencias necesarias.

La investigación pretende revelar el impacto sociocultural que ha tenido la implementación de los lineamientos del VI congreso del Partido en la red comercial en el municipio Moa. Los resultados avalan como los logros alcanzados en la gestión de la actividad comercial no se corresponden con las exigencias actuales, cuestión esta que sirve a las autoridades del gobierno y del partido para la proyección de nuevas estrategias de trabajo y para el cambio de mentalidad de los responsables de materializar la actividad comercial en Moa.

La tesis está estructurada en: introducción, dos capítulos, conclusiones, recomendaciones y anexos.

En el primer capítulo hace referencia a los fundamentos que sirven de sustento para realizar el estudio y las principales políticas que rigen el funcionamiento de los servicios comerciales, así como la interpretación de los cambios ocurridos en la población del territorio con la implementación de dichas políticas.

En el capítulo II se aborda lo referido a la metodología utilizada durante la investigación así como los elementos del diseño que fueron necesarios asumir para llevar a felices términos la investigación. Se presentan los principales resultados de los instrumentos aplicados; así como la valoración de los datos arrojados, lo que posibilita determinar el impacto de la implementación de los lineamientos del VI congreso del Partido en la red comercial en el municipio Moa.

CAPÍTULO I: POLÍTICAS QUE RIGEN EL FUNCIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS COMERCIALES, SU IMPACTO SOCIOCULTURAL.

El presente capítulo aborda los fundamentos teóricos en los que se sustenta la investigación, en un primer momento se da a conocer las particularidades de las actividades comerciales a través del desarrollo de la humanidad y las principales políticas que rigen esta actividad en Cuba; así como los aspectos esenciales sobre los impactos socioculturales y su evaluación.

1.1 Las actividades comerciales, un acercamiento a su génesis.

El comercio inicia cuando el hombre comienza a vivir en sociedad, una vez que se establece un núcleo familiar y comienzan a crearse las comunidades. El crecimiento de la comunidad llevó a nuevas formas de vida social, y comenzaron a surgir nuevas necesidades para mejorar las condiciones alimenticias, de vestido y vivienda.

Con los avances en las técnicas, y con la búsqueda de mayores comodidades, el hombre comienza la división del trabajo. En lugar de que un hombre cubriera todas sus necesidades (buscar alimento, vestido, vivienda, etcétera), se especializa en una actividad e intercambia sus bienes por otros con personas que se especialicen en otra actividad. En un principio se utilizaba el sistema de trueque, es decir, el intercambio directo de un bien por otro.

Sin embargo, el sistema de trueque presentaba un problema. Llegó a un punto en el que un bien no se podía utilizar como sistema de pago para otros bienes. Lo anterior dio origen a la utilización de metales preciosos u objetos raros y valiosos como sistema de cambio: desde granos de sal hasta piedras preciosas, pasando por conchas o especias. Es así como surge la moneda, que poco a poco se va homogeneizando hasta llegar a ser sustituido por monedas de metales preciosos como el oro o la plata.

Con la introducción de la moneda el sistema bancario se inició, primero en Italia y después se generalizó a Europa. Actualmente la moneda de cada país se utiliza

para medir transacciones, y debido a que cada país tiene una moneda diferente, es necesario cambiarlas y tomar en cuenta la tasa de cambio.

En síntesis la palabra comercio significa trato o relación entre dos o más personas; en su acepción más estricta se toma como negociación que se realiza comprando, vendiendo o cambiando.

Existen diferentes características que identifican al comercio, que se han derivado de las etapas de su desarrollo, como:

1. Está sujeto a una legislación y a un régimen impositivo.
2. Asegura la prestación de varios servicios esenciales:
 - ✚ Traslado en el espacio de las mercancías, al llevar los bienes de consumo de los productores al público consumidor, o de unos productores a otros, y recoger y agrupar los bienes de producción dispersos.
 - ✚ Traslado en el tiempo, en cuanto almacena los productos de carácter estacional, y los distribuye a lo largo del año gracias a diferentes sistemas de conservación.
 - ✚ Estabilización de precios y rentas, al llevar los productos desde el lugar donde abundan a aquellos en que son escasos o no existen.

1.1.1 Etapas del desarrollo del comercio

La historia del comercio se puede dividir, a nivel general, en cuatro grandes etapas:

I El comercio antiguo

El origen del comercio antiguo se remonta a la era prehistórica y termina aproximadamente en el año 1,000 AC, cuando los griegos comienzan a ejercer su influencia en el Mediterráneo. Los mercados comenzaron a desarrollarse en

lugares donde prevalecía la paz y la seguridad y donde se podía intercambiar libremente lo que se producía.

Se han encontrado indicios que justifican la existencia de mercados muy antiguos y en diversos grados de desarrollo en China, Fenicia, Egipto e incluso en África y América. Dentro de los pueblos más destacados se encuentran los fenicios, los griegos y los romanos.

Como rasgos particularidades del comercio en estas comunidades se destaca:

- A) Los fenicios desde el punto de vista de colonización, navegación y expansión comercial, se destacaron, al principio desarrollaron sus mercados en el Mediterráneo llevando consigo productos elaborados de oro, plata, hierro, cristal, marfil y madera, pescado salado, textiles y otros que su industria incipiente les podía proporcionar.

Estos artículos los dejaban en las costas como regalo con el propósito de estimular a los nativos para que comerciaran con ellos. Los nativos, al ver que estos regalos se repetían con frecuencia, optaron por reciprocidad a los fenicios, dejando en su lugar otros artículos de extracción, especialmente frutas, comestibles y minerales. De esta forma se comenzó el intercambio comercial.

Es importante destacar que en las postrimerías de su efervescencia comercial llegaron a traficar con esclavos, los que compraban o secuestraban. El verdadero aporte de los fenicios al comercio radica en la expansión que estos le dieron.

- B) El Comercio griego, comienza con la caída de Fenicia en el año 1000 AC. y termina en el año 200 AC., teniendo por consiguiente una duración de 800 años. Al desaparecer Fenicia como la potencia de mayor ascendencia en el Mediterráneo, Grecia asume el liderazgo político, social y económico en esta región.

Aunque los griegos consideraban la actividad comercial como necesaria y esencial para el desarrollo y el bienestar de la comunidad, la estimaban igualmente como una función de segunda importancia económica para la vida cotidiana del pueblo. Por tal razón, tomaron las debidas precauciones para supervisar y regular toda actividad comercial, de suerte que se controlara las ganancias pecuniarias y el pueblo fuera el que se beneficiara.

En las ciudades de la antigua Grecia, el comercio se efectuaba en centros de mercadeo debidamente organizados y supervisados por las autoridades públicas. Los centros establecidos en las ciudades de Rodas y Mileto eran los más importantes. La ciudad de Rodas sobresalió por haber adoptado normas comerciales de carácter progresivo, por la promulgación de leyes marítimas que se consideran como las bases actuales de las leyes de navegación internacional.

Cada ciudad Griega tenía un lugar de mercadeo, conocido por el nombre de AGORA. Allí se realizaban las transacciones comerciales y la gente se reunía para celebrar actos cívicos, políticos, judiciales y festivos. Había dos clases de AGORA; una para las ventas al detal (detalle) y otra para las ventas al por mayor.

El control de las AGORAS lo tenían los gobiernos de las ciudades, quienes a su vez delegaban esta responsabilidad a las juntas especiales de mercadeo que se organizaban por ley para ese fin. La principal aportación que hicieron los griegos al comercio fue su organización.

- C) Comercio Romano, la época del comercio romano cubre un período de siete siglos, desde el año 200 AC. hasta el 500 DC., cuando sucumbe el imperio romano. Los romanos se distinguieron como soldados, conquistadores, organizadores y administradores públicos, pero nunca como comerciantes.

Se aseguraron de mantener libre el comercio internacional mediante su norma de Pax Romana (paz por la fuerza) que obligaron a los piratas que navegaban por el Mediterráneo y a los saqueadores que operaban en tierra firme a reducir drásticamente sus operaciones.

Los mercados específicos en donde se intercambiaban productos existían en Roma desde tiempos remotos. A tales lugares se les daba el nombre de FORA, que significa sitio de reunión. El mercado principal de Roma era el Foro Romano.

Con el propósito de atender las necesidades del floreciente comercio en la ciudad de Roma, el gobierno construyó pequeños lugares de mercadeo que se llamaron FORA y que se utilizaban para la venta de ganado, cerdos, pescado, carnes y vegetales.

El Estado asumió el poder exclusivo de crear y controlar los mercados con el propósito de que las transacciones comerciales estuvieran debidamente reglamentadas. Los mercados eran establecidos por las autoridades públicas para el beneficio del pueblo y las disposiciones legales se redactaban para asegurar que el consumidor pudiera conseguir lo que necesitaba al precio justo y razonable.

Años más tarde durante el imperio, los mercados libres comenzaron a identificarse como sistemas monopolísticos, condición que desagradó mucho al pueblo. Los romanos pueden ser considerados como los padres del derecho comercial.

II El Comercio Medieval.

La era del Comercio Medieval comienza con la caída del Imperio Romano, en el año 476, y termina aproximadamente en el 1500, poco después que Cristóbal Colón descubrió el Nuevo Mundo. Fue una época de desajustes y ajustes cívicos, de guerras sangrientas, de descubrimientos y de conquistas.

Se establecieron sistemas feudales y la Iglesia Católica asume el liderazgo político, social y económico de Europa. Todo esto trajo como consecuencia una gran variedad de innovaciones y adaptaciones a la técnica de compra-venta, aunque muchos de los principios de los griegos y romanos se siguieron observando.

Uno de los primeros esfuerzos que realizaron los germanos fue el de buscar todos los medios posibles para fortalecer la industria y el comercio por considerar que la prosperidad y la seguridad del pueblo dependían del éxito operativo de estos sectores económicos. A tal efecto establecieron, como primer orden, un sistema de pesas y medidas, promulgaron leyes para castigar a toda persona que se encontrara culpable de ejercer prácticas ilícitas en el comercio y la industria y redujeron los arbitrios y contribuciones.

Por su parte, en el caso de los francos, aunque la economía se debilitó por las continuas luchas internas y las guerras civiles entre los diversos grupos que gobernaban, así como por la inseguridad de la época, la conquista de Italia por los Lombardos en el año 568 y la ascendencia de los francos en la Europa Occidental dieron nuevamente cierta estabilidad al comercio.

El comercio internacional se debilitó considerablemente cuando los sarracenos conquistaron a Persia, Siria, y España en el siglo VIII, y al controlar las aguas del Mediterráneo. La situación se empeoró por las continuas invasiones de los vikingos. Estos incidentes contribuyeron a la sustitución del comercio internacional por una economía rural-agraria en que los artículos se producían y consumían localmente, y sin gran interés de venderse fuera de los lugares de producción.

Los reyes Francos comenzaron en el siglo IX la práctica de crear legalmente y controlar los mercados donde los compradores y vendedores podían realizar transacciones semanales y anuales. Este paso significativo, copiado del sistema jurídico romano, establece la prerrogativa del Estado para crear centros comerciales, y fue el inicio del capitalismo europeo.

II El Comercio Moderno.

En el feudalismo las grandes estancias rurales que existían durante la época romana continuaron aumentando y eventualmente se identificaron como la forma de organización dominante dentro de la economía agraria europea.

El proceso de crear grandes estancias fue igualmente estimulado por los reyes, quienes otorgaban considerables extensiones de tierras y otros favores a personas que pudieran proporcionarles asistencia militar.

El feudalismo contribuyó muy poco al desarrollo del comercio y llega a su máxima etapa de desarrollo en el siglo XIII. Después comienza gradualmente a decaer.

Según desaparecía el sistema feudal, se desarrollaban nuevas ciudades. Cada ciudad contaba con sus respectivas flotas marítimas, y sus comerciantes más prominentes controlaban el gobierno y las finanzas.

Las ciudades medievales eran primordialmente centros industriales y comerciales que proveían para las necesidades de la comunidad local y zonas limítrofes. Los comerciantes extranjeros que iban a las ciudades a vender, frecuentemente tenían que pagar impuestos especiales al gobierno.

Aunque el control del Mediterráneo por los sarracenos, junto con la inseguridad y los desórdenes internos, había casi paralizado el comercio, la necesidad por comerciar a niveles locales e internacionales se intensificaba.

Las ferias anuales, que originalmente se celebraban por disposiciones de las iglesias y los monasterios durante días festivos religiosos, pronto se desarrollaron en centros de mercadeo al por mayor en donde los comerciantes extranjeros podían disponer de la mercancía que llevaban desde diversos lugares de Europa y Asia.

Fue durante la celebración de estas ferias que se comenzaron a utilizar las letras de cambio y los pagarés comerciales.

En las ferias se comenzó, por primera vez, a comprar y vender pólizas de seguros marítimos para asegurar al beneficiario contra la pérdida y destrucción de la mercancía que estaba en tránsito. Otra práctica utilizada en las ferias era la de vender mediante muestras y especificaciones, productos que estaban almacenados en otros lugares con el propósito de economizar en los costos de transporte.

Las Cruzadas ayudaron a fundar el dominio comercial veneciano en el Mediterráneo. Ellas contribuyeron al desarrollo del comercio internacional facilitando el intercambio de ideas, costumbres y productos.

III El Comercio Moderno

Al terminar la era del Comercio Medieval en el año 1500, comienza un nuevo periodo de cambios económicos que se extiende hasta 1914. D estos cuatro siglos se descubren y conquistan nuevas tierras, se investigan nuevas rutas comerciales y se introducen técnicas más eficientes de producción. Como consecuencia aparece mayor variedad de productos para los cuales hay que buscar mercado.

Durante las primeras décadas de la era moderna, los reyes, con sus ejércitos mercenarios, reemplazan al feudalismo. Establecen gobiernos centrales y adoptan normas socio-económicas de carácter nacionales. Como consecuencia de las guerras religiosas, coloniales y comerciales, Inglaterra, con su superioridad política y militar, controla la mayor parte del comercio internacional.

El mercantilismo se comienza a utilizar, como el término que se usaba para identificar la época en que los países occidentales de Europa, especialmente Inglaterra, Francia, España, Holanda y Portugal regulan y controlan toda actividad económica.

El mercantilismo se originó como consecuencia del descubrimiento de nuevas tierras y rutas marítimas, la expansión del comercio internacional, la caída del feudalismo y el poder ascendente del estado en el plano nacional. De hecho, el

mercantilismo formula por primera vez una teoría de comercio internacional de la cual se carecía en los siglos anteriores.

Con el descubrimiento de América, el establecimiento de nuevas rutas marítimas y la filosofía mercantilista contribuyen en forma efectiva al desarrollo del comercio.

IV. El Comercio contemporáneo

La época del comercio contemporáneo se inicia en el año 1914 al comenzar la primera guerra mundial, y decaer el sistema mercantilista que se desarrolló en Europa durante los siglos XVI al XIX.

Tomo auge el comercio internacional como una teoría de intercambio de equilibrio estático de largo plazo, en la cual se supone que ha sido completado el proceso de ajuste monetario de corto plazo, con el dinero en su papel clásico de velo. El enfoque de teoría del comercio internacional, por naturaleza, es básicamente macroeconómico.

La importancia del buen desempeño de las relaciones internacionales en el desarrollo, político, comercial, cultural a nivel mundial es primordial hoy día para el logro del desarrollo integral de las naciones.

La importancia que tienen las relaciones internacionales en el campo comercial, político o cultural ha alcanzado, a nivel mundial, un profundo significado, a tal grado que no se puede hablar tan sólo intercambio de bienes sino de programas de integración.

Comercio Internacional es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países.

El comercio Internacional obedece a dos causas principales:

1. Desigual distribución de los recursos económicos.

2. Diferencia de precios, la cual a su vez se debe a la capacidad de producir bienes de acuerdo con las posibilidades y gustos del consumidor.

Este comercio internacional permite una mayor movilidad de los factores de producción entre países, dejando como consecuencia las siguientes ventajas:

- ✚ Cada país se especializa en aquellos productos donde tienen una mayor eficiencia lo cual le permite utilizar mejor sus recursos productivos y elevar el nivel de vida de sus trabajadores.
- ✚ Los precios tienden a ser más estables.
- ✚ Hace posible que un país importe aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente o no sean producidos. Hace posible la oferta de productos que exceden el consumo a otros países, en otros mercados. (Exportaciones)
- ✚ Equilibrio entre la escasez y el exceso.
- ✚ Los movimientos de entrada y salida de mercancías dan paso a la balanza en el mercado internacional.
- ✚ Por medio de la balanza de pago se informa que tipos de transacciones internacionales han llevado a cabo los residentes de una nación en un período dado.

Importante connotación tiene el comercio Formal, como aquel que se rige bajo las normas de comercio del país en donde se efectúa. Este tipo de comercio se ampara en los estatutos legales vigentes.

El comercio formal presenta diversas ventajas dentro de las que se pueden mencionar:

- Garantía en los productos que se ofertan.
- Instalaciones adecuadas.
- Diversas formas de pago.
- Está amparado por la ley.

Como comercio informal se reconoce como aquel que prevalece en las familias, que trabajan con poco capital y manejan pequeñas cantidades de mercancías. Este tipo de comercio, paradójicamente, constituye a menudo un ejemplo de competencia monopolística. Así, factores de localización, captación de clientela o especialización de las tiendas motivan que mercancías físicamente idénticas puedan venderse a precios diferentes, lo que sería imposible en la competencia perfecta, y demuestra que existe un elemento de monopolio.

Dentro de las ventajas que ofrece el comercio informal podemos citar las siguientes:

- Precios más bajos que en el comercio formal.
- Posibilidad de regatear el precio.
- Calidad aceptable en los productos.
- Lugar accesible para realizar las compras.
- Sistema de apartado.

Algunas desventajas del comercio informal son:

- Falta de garantía en los productos y servicios.
- Se pueden encontrar productos robados o piratas.
- Instalaciones inadecuadas.

- Falta de higiene.
- Única forma de pago: efectivo.

1.1.2 La Balanza de pagos

La Balanza de pagos es un registro contable sistemático, donde se asientan todas las transacciones en bienes, servicios y capital que un país realiza con el resto del mundo en un año fiscal determinado y que en nuestro país coincide con el año calendario.

Existen diferentes formas de presentación de la balanza de pagos dependiendo de los propósitos que se persigan en su análisis. Sin embargo, existe una forma general de presentación de la balanza de pagos, que la divide en dos grandes cuentas: la cuenta corriente y la cuenta de capital.

A su vez, la cuenta corriente se subdivide en las siguientes: la Balanza comercial, la balanza de servicios y las transferencias unilaterales.

La cuenta de capital se divide en inversión directa extranjera y en préstamos externos.

La Balanza de Pagos se construye sobre la base de la contabilidad por partida doble. De esta manera, una transacción económica internacional da lugar a dos entradas en la balanza de pagos: una entrada de débito y una entrada de crédito.

El valor de importación (o pago) es una entrada débito, la cual aparece como un rubro negativo en la balanza de pagos, y el valor de una exportación (o ingreso) es una entrada crédito, la cual aparece como un rubro positivo.

Es necesario señalar que la balanza comercial es una subdivisión de la cuenta corriente de la Balanza de Pagos. Esta balanza está compuesta por dos grandes cuentas:

- Las importaciones.

- Las exportaciones.

Las importaciones son registradas como débitos porque representan salida de divisa, mientras que las exportaciones son registradas como créditos porque representan la entrada de divisas.

Al restarle al total de las exportaciones el total de las importaciones, da como resultado el saldo de la balanza comercial.

Si este saldo es positivo indica que el país ha exportado más de lo que ha importado (superávit); si es negativo indica que el país ha importado más de lo que ha exportado (déficit).

1.1.3. El Proteccionismo

Imposición de aranceles elevados con objeto de proteger los productos nacionales de los productos importados, más competitivos, con el objeto de fomentar la producción interior.

Es una doctrina, teoría política económica que propugna o pone en práctica, un conjunto de medidas que favorecen las nacionales, penalizando la competencia extranjera. A pesar del rigor aparente de los argumentos teóricos que demuestran las ventajas, para todos los participantes del libre cambio, a despecho de los recuerdos desfavorables que ha dejado el período entre las dos guerras que, con la crisis, fue señalado por un proteccionismo severo apenas atenuado con por concesiones bilaterales, y a pesar de los esfuerzos llevados a cabo con paciencia de la guerra para reducir los obstáculos para el desarrollo de los intercambios de mercancías.

El proteccionismo sigue siendo un aspecto fundamental de la realidad contemporánea, más que una doctrina, afirmada en raras ocasiones y cuyo carácter circunstancial salta a la vista, el proteccionismo es ante todo un reflejo, una práctica. Esto explica que se mantenga sin necesidad de justificarse mediante la utilización de fundamentos teóricos elaborados.

Los argumentos a favor del proteccionismo que pueden ser usados sin tomar en cuenta otras tendencias podemos mencionar tres que marcan la base de su teoría proteccionista:

Los que pretenden un cambio en la composición de la producción, los argumentos relativos al nivel de empleo, y los que defienden un cambio en la distribución de los ingresos. Bajo ciertos supuestos, los tres tipos de argumentos tienen cierta validez teórica, así como algunas limitaciones. Sin embargo, uno de los más antiguos argumentos utilizados a favor de la protección es el denominado argumento de la industria naciente.

Según esta teoría, cuando se reduce o elimina la competencia exterior mediante restricciones a la importación, las industrias nacionales pueden crecer y desarrollarse con más rapidez.

En teoría, una vez logrado el desarrollo de estas industrias, se puede suprimir la protección porque las industrias ya pueden competir con las de otros países. Sin embargo, en la práctica la protección permanece, porque las industrias nacionales no logran adquirir la suficiente fortaleza para competir con el exterior. La principal limitación de este argumento es su incapacidad para determinar el tipo de industrias que pueden crecer hasta adquirir la fortaleza suficiente para enfrentarse a una competencia externa.

El argumento proteccionista de la defensa nacional afirma que un país debe evitar depender de otro en lo que se refiere a la fabricación de materiales indispensables para asegurar su defensa frente al exterior, equipos y tecnología que no se pueden adquirir en otros países en caso de guerra. La limitación de este argumento es que no se puede determinar exactamente cuáles son las industrias indispensables para garantizar la defensa nacional.

Un tercer argumento defiende el proteccionismo para evitar el dumping (vertido) externo. El dumping es el fenómeno que se da cuando un país vende en el exterior bienes a precios más baratos de los que adjudica en su propia nación a

los mismos productos. La protección está justificada en este caso, sólo si se demuestra que el Estado que practica el dumping pretende lograr en el país que se protege un monopolio, eliminando a los productores nacionales.

Cuando hay mucho desempleo se defiende la necesidad de proteger al país para incrementar la producción nacional y, en consecuencia, el nivel de empleo; se considera que al reducir las importaciones aumentará la demanda de productos sustitutivos nacionales y la producción interior.

Los economistas estiman que ésta es una política fundada en el principio de “empobrecer al vecino”: la mejora del empleo en el país se consigue reduciendo el empleo y la producción de los demás países. La limitación de este argumento es que provoca reacciones por parte de los demás países que terminan adoptando políticas similares.

La protección puede utilizarse para redistribuir la renta entre diversas naciones y dentro de un mismo país. Por ejemplo, si un país tiene una fuerte demanda de sus exportaciones, puede obtener ingresos a costa de otros mediante la aplicación de restricciones al comercio. Los demás países tendrán más dificultades para conseguir divisas destinadas a pagar las importaciones que desean, por lo que tendrán que reducir el precio de sus productos para hacerlos más baratos, mejorando la relación de intercambio del país proteccionista. Al igual que el argumento anterior, esta táctica suele implicar reacciones adversas por parte de los demás países.

Como logro del comercio actual es posible señalar que la reducción de las barreras comerciales y la continuada expansión del comercio internacional. Las reducciones de los aranceles comerciales se han logrado gracias al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT) y la Organización Mundial del Comercio (OMC), así como mediante la creación de uniones aduaneras. Aunque las exportaciones mundiales se han multiplicado, este crecimiento no ha sido igual para todos los países.

Durante el siglo XX, el comercio ha creció hasta el punto que es el aspecto más importante de la economía mundial. Se asume que la creciente interdependencia entre países continuara en el futuro, aunque debido a la tendencia a crear bloques económicos regionales, ciertos países serán más dependientes que otros.

1.2 Políticas que rigen las actividades comerciales en Cuba.

Desde el triunfo de la Revolución Cubana, el gobierno se ha preocupado por la organización de su comercio, tanto interior como exterior.

El comercio interior se organiza en comercio mayoristas y minoristas.

Se considera mayorista cuando el intermediario que compra grandes cantidades directamente al productor para venderlas al minorista. Este papel lo asumen empresas de distribución, las grandes superficies e incluso los propios productores.

Por su parte el minorista es aquel donde el intermediario cuya función es el contacto directo con el consumidor que compra pequeñas cantidades. En las redes comerciales cubanas este es el tipo de comercio que predomina.

Tipos de comercio minorista

Se pueden distinguir cuatro tipos de comercio minorista:

- **El puesto ambulante.** Se dedica a la venta callejera y se instala en zonas céntricas de las grandes localidades o en los mercadillos semanales de la periferia.
- **El pequeño comercio o tienda.** Antiguamente, solía ser un comercio sin especializar, pero la competencia de las grandes superficies hace que tienda cada vez más a la especialización.

- **Los grandes almacenes y supermercados.** El supermercado tiende a especializarse en alimentación, mientras que los grandes almacenes comercian con todo tipo de productos. Se localizan preferentemente en los centros económicos de las ciudades, y basan su competitividad en la concentración de productos y en la calidad, más que en el nivel de precios. Pertenecen por lo general a grandes empresas comerciales.
- **Los hipermercados y grandes superficies.** Se trata de grandes naves de extensión horizontal, donde se ofrecen gran cantidad de productos, algunos de ellos a bajo coste, pues su objetivo es captar cuota de mercado. Se localizan en la periferia de las ciudades, ya que precisan de grandes extensiones de terreno, y junto a las principales vías de transporte.

Respecto al comercio exterior, debido al bajo nivel de las divisas extranjeras, así como la preocupación por defender y desarrollar la economía nacional, se promulgó mediante la Ley 793 del 25 de abril de 1960 la creación del Banco para el Comercio Exterior de Cuba (BANCEC), con el objeto de contribuir y colaborar con la política de comercio internacional del Estado Revolucionario y la aplicación de las medidas sobre el comercio exterior adoptadas por el Banco Nacional. El BANCEC puede considerarse una institución de transición para el establecimiento del monopolio estatal del comercio exterior de Cuba, que se logra finalmente con la creación del Ministerio del Comercio Exterior (MINCEX), el 23 de febrero de 1961 mediante la Ley 934.

Se inició de inmediato la reforma del comercio exterior cubano, concentrado en aquel entonces en un solo mercado: el norteamericano, regido por desiguales tratados y ejecutado sin tener en cuenta un plan que garantizara el desarrollo de la economía cubana.

Fue así como en esta etapa se establecieron los primeros convenios con países socialistas, iniciándose relaciones comerciales sobre bases justas que

contrarrestaban el férreo y absoluto bloqueo económico norteamericano contra el país.

Por tres décadas, Cuba contó con mercados seguros para sus exportaciones, una relación de intercambio favorable en términos generales y una apreciable colaboración económica y financiera, hasta la desaparición del Consejo de Ayuda Mutua Económica, (CAME).

En 1989 el 85% del comercio exterior cubano se concentraba en los mercados del antiguo campo socialista. En la década del '90 tuvieron lugar una serie de acontecimientos que afectaron la economía y el comercio exterior del país, lo que provocó la pérdida de mercados preferenciales y proyectos inversionistas, precios justos para la importación y exportación, eliminación de acuerdos de colaboración e interrupción de suministros esenciales para el desarrollo de la economía nacional y fuentes de financiamiento adecuadas, para un país en desarrollo.

A lo anterior se sumó el recrudecimiento del bloqueo de Estados Unidos contra Cuba con la aprobación de las leyes Torricelli y Helms-Burton que limitaron aún más el acceso del país a créditos financieros en instituciones internacionales, bloqueo a operaciones comerciales y financieras y presiones a potenciales inversionistas extranjeros.

Las altas tasas de interés bancario a nivel internacional, las fluctuaciones en las cotizaciones de los mercados monetarios y la alteración desfavorable de los términos de intercambio a nivel mundial, fueron factores que también influyeron de manera negativa en esta década sobre la economía cubana y su comercio exterior.

En 1992 son introducidas modificaciones a la Constitución de la República que pusieron fin al comercio exterior como función exclusiva del Estado, y abrieron el camino a la descentralización de la actividad comercial externa, lo que ha

permitido un sustancial incremento del número de entidades involucradas en el comercio exterior.

Esto no significa que el Estado abandonó el control ejecutado a través del papel rector del Ministerio del Comercio Exterior, sino que las empresas han logrado una autonomía de acción y gestión operativa superiores.

En estos últimos años, la economía cubana ha estado inmersa en un proceso de profundos y extensos cambios, dirigidos a la adaptación del sistema económico-social del país a la desaparición de sus principales relaciones económicas internacionales y al recrudecimiento del bloqueo norteamericano.

En la actualidad se ha logrado una reorientación notable del intercambio comercial de Cuba, por segunda vez en las últimas cuatro décadas, en busca de una diversificación de los socios comerciales. El proceso de descentralización del comercio exterior se ha llevado a cabo de una forma organizada y paulatina. Así, si hace ocho años existían alrededor de 50 empresas facultadas a realizar esta actividad, ahora se cuenta con más de 300 entidades que acceden al mercado externo con operaciones de exportación e importación.

El proceso de descentralización del comercio exterior, permitió que empresas estatales, privadas, mixtas y asociaciones económicas internacionales accedan directamente al mercado externo, mientras que en paralelo a lo anterior se incrementó, el número de empresarios extranjeros que abrieron sucursales en el país o se hicieron representar por agentes, así como, el establecimiento de almacenes en consignación, en depósito de aduana y la apertura de zonas francas y parques industriales.

Existen una serie de particularidades que rigen el comercio exterior cubano que deben ser conocidas por los hombres de negocios interesados en comerciar con Cuba, y son las siguientes:

- El establecimiento de relaciones comerciales y las transacciones que se deriven de éstas, se efectúan directamente entre las empresas extranjeras y las entidades cubanas autorizadas a realizar comercio exterior, sin necesidad que medie previamente un organismo estatal.
- No existen regulaciones para la exportación/importación dirigidas a limitar el comercio, pero los procedimientos establecidos son cuidadosamente exigidos, especialmente los relacionados con las regulaciones para la preservación del patrimonio nacional; las prohibiciones sobre drogas y estupefacientes, sustancias tóxicas y explosivas; el tránsito transfronterizo de desechos peligrosos; los controles y registros sanitarios, así como medidas para la protección de especies amenazadas y concebidas para proteger la flora y la fauna de los excesos comerciales.
- El 1º de enero de 1997, mediante la Resolución Conjunta No. 5-96, del Ministerio del Comercio Exterior y el de Finanzas y Precios entraron en vigor modificaciones sustanciales para los aranceles que regían hasta ese momento y que le permitieron a Cuba adecuarse a las condiciones económicas nacional e internacional existentes.

Cuba ha puesto especial énfasis en la consolidación de sus relaciones con América Latina y el Caribe, suscribiéndose Acuerdos de Alcance Parcial con todos los miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), estando Paraguay en proceso de negociación. A partir de su incorporación efectiva a esta Asociación, Cuba debe renegociar o adecuar esos acuerdos a las normas que rigen para aquellos instrumentos que se establecen entre Estados miembros, lo cual, significaría que las concesiones que se otorguen sólo se harían extensivas a los firmantes de ese acuerdo. En ese contexto se negociaría un acuerdo "4+1" con los participantes del MERCOSUR.

Cuba participa como observador en la negociación de un nuevo acuerdo del grupo de países asociados a la Convención de Lomé, y la Unión Europea, con la cual se

trabaja por suscribir un convenio que permita desarrollar vínculos comerciales más estrechos.

1.3 El impacto sociocultural de las actividades comerciales y su evaluación

Se utiliza el término sociocultural para hacer referencia a cualquier proceso o fenómeno relacionado con los aspectos sociales y culturales de una comunidad o sociedad. De tal modo, un elemento sociocultural tendrá que ver exclusivamente con las realizaciones humanas que puedan servir tanto para organizar la vida comunitaria como para darle significado a la misma.

Cuando se aplica el adjetivo sociocultural a algún fenómeno o proceso se hace referencia a una realidad construida por el hombre que puede tener que ver con cómo interactúan las personas entre sí mismas, con el medio ambiente y con otras sociedades.

Avances o creaciones socioculturales del hombre, desde los primeros días de su existencia, pueden ser las diferentes formas de organización y jerarquización social, las diversas expresiones artísticas, la creación de instituciones que tuvieran por objetivo ordenar la vida en comunidad, la instauración de pautas morales de comportamiento, el desarrollo de las religiones y estructuras de pensamiento, la creación de sistemas educativos, etc.

El término sociocultural se relaciona en la actualidad mayormente con diversos productos culturales e intelectuales. Para llevar adelante un estudio sociocultural, el hombre puede recurrir a numerosas ciencias tales como la sociología, la antropología, la historia, la lingüística, la educación, la arqueología, la política, la pedagogía, la comunicación, la semiología, la filosofía y hasta la psicología. Todas estas ciencias versan sobre el desempeño del ser humano en un tiempo y espacio dados que hacen que los resultados de su accionar sean completamente específicos y únicos, debiendo ser analizados por tanto a la luz de las condiciones o especificidades de tal situación.

Los estudios socioculturales siempre implican vinculación con conceptos y términos tales como: ideología, comunicación, etnicidad, clases sociales, estructuras de pensamiento, género, nacionalidad, medios de producción y muchos otros que sirven para comprender los elementos únicos de cada comunidad, sociedad y etnia.

Por su parte la tarea de evaluar el impacto parece constituir una gran dificultad para muchos proyectos y programas. Medir el impacto es concretamente, tratar de determinar lo que se ha alcanzado.

El término impacto, de acuerdo con el *Diccionario de uso del español* proviene de la voz "*impactus*", del latín tardío y significa, en su tercera acepción, "impresión o efecto muy intensos dejados en alguien o en algo por cualquier acción o suceso".

La utilización del término impacto es amplio y ha sido objeto de múltiples definiciones en la literatura referida a los problemas sociales, entre las que se destacan:

"El impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general". Muchos autores sustentan el criterio de que el impacto como concepto es más amplio que el concepto de eficacia, porque va más allá del estudio del alcance de los efectos previstos y del análisis de los efectos deseados, así como del examen de los mencionados efectos sobre la población beneficiaria.

"El impacto puede verse como un cambio en el resultado de un proceso (producto). Este cambio también puede verse en la forma como se realiza el proceso o las prácticas que se utilizan y que dependen, en gran medida, de la persona o personas que las ejecutan". (González C. 2003).

Esta definición se refiere a cambios, pero se diferencia de otras definiciones en que este cambio ocurre en los procesos y productos, no en las personas o grupos.

“El impacto social se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones”. (Fernández, 2006)

“... los resultados finales (impactos) son resultados al nivel de propósito o fin del programa. Implican un mejoramiento significativo y, en algunos casos, perdurable o sustentable en el tiempo, en alguna de las condiciones o características de la población objetivo y que se plantearon como esenciales en la definición del problema que dio origen al programa. Un resultado final suele expresarse como un beneficio a mediano y largo plazo obtenido por la población atendida”. (Guzmán, 2006)

El impacto de un proyecto o programa social es la magnitud cuantitativa del cambio en el problema de la población objetivo como resultado de la entrega de productos (bienes o servicios) (Cohen, 2002).

A diferencia de otros expertos, estos autores enfatizan solamente en la información cuantitativa, sin considerar los cambios cualitativos que también pueden indicar la existencia de impactos.

“La definición de impacto social no se limita a criterios económicos. Para definir el concepto de impacto es preciso diferenciar entre efecto, resultado e impacto. “... el impacto es el cambio inducido por un proyecto sostenido en el tiempo y en muchos casos extendido a grupos no involucrados en este (efecto multiplicador)”;

según *Barreiro Noa G.* en *Evaluación social de proyectos.*

El impacto es la consecuencia de los efectos de un proyecto. Los impactos y efectos se refieren a las consecuencias planeadas o no previstas de un determinado proyecto; para ellos, los efectos generalmente se relacionan con el propósito mientras que los impactos se refieren al fin. (Según Proyecto SEA, 2006)

“...cuando nos referimos a impacto de la superación o capacitación, debe considerarse la existencia, entre otros, de los rasgos siguientes: expresa una relación causa-efecto entre la(s) acción(es) de superación y el comportamiento en

el desempeño profesional de los participantes en ellas (y) los resultados organizacionales...”...”Los cambios tienen carácter duradero y son significativos”. (Valiente, 2004)

En las definiciones expuestas anteriormente, puede observarse que tienen varios elementos en común, entre estos, la relación causa-efecto entre la aplicación de un determinado proyecto o programa y el impacto causado, los resultados de dicho proyecto presentes a mediano y largo plazo, los cambios verificados en los grupos o comunidades, así como de qué manera se producen los cambios, es decir, se consideran los efectos previstos o no, negativos o positivos, así como el factor tiempo en la duración de los efectos de una acción.

Por su parte la evaluación del impacto es un tema ampliamente tratado a escala nacional e internacional. La evaluación del impacto ambiental comienza a realizarse a finales de la década de los años 1960 en los países desarrollados, como un proceso de análisis y prevención de impactos ambientales, ante la presión de grupos ambientalistas y de la población en general. Más tarde, se incorpora la evaluación del impacto social de los proyectos como un concepto más amplio, que incluía no sólo el medio ambiente sino también a la comunidad.

Actualmente, el concepto de impacto social incluye no sólo los resultados previstos sino también aquellos que no se previeron. Igualmente, contempla los efectos, tanto positivos como negativos que se pudieran presentar luego de la implementación de un determinado programa o proyecto en un grupo social o una comunidad.

Refiriéndose a la evaluación, varios autores están de acuerdo en manifestar que es un proceso que posibilita el conocimiento de los efectos de un proyecto o programa en relación con las metas propuestas y los recursos movilizados. *Tyler* considera que la evaluación es el proceso mediante el cual se determina hasta qué punto se alcanzaron las metas propuestas. (Stufflebeam, 1993)

En el modelo de evaluación que propone este autor, se consideran las intenciones del programa, las metas y objetivos de comportamiento y los procedimientos que son necesarios poner en práctica para realizarlo con éxito.

Por su parte, *Suchman* define la evaluación como el proceso para juzgar el mérito de alguna actividad y de esa manera, conocer los procesos aplicados y las estrategias, que permiten su comprensión y redefinición, en el caso de que ésta última sea necesaria.

De acuerdo con *Suchman*, el objetivo principal de la evaluación es descubrir la efectividad de un programa y para esto, se toma como base de comparación sus objetivos, a la luz de la relación entre los objetivos y sus presuposiciones.

Stufflebeam define la evaluación como "... el proceso de identificar, obtener y proporcionar información útil y descriptiva sobre el valor y el mérito de las metas; la planificación, la realización y el impacto de un objeto determinado, con el fin de servir de guía para la toma de decisiones; solucionar los problemas de responsabilidad y promover la comprensión de los fenómenos implicados. Así, los aspectos claves del objeto que deben valorarse incluyen sus metas, su planificación, su realización y su impacto". (*Stufflebeam*, 1993)

De manera que, según *Stufflebeam*, el propósito fundamental de la evaluación no es demostrar sino perfeccionar.

La definición realizada por la ONU en 1984, expresa que la evaluación constituye el proceso en que se determina, de manera sistemática y objetiva, la pertinencia, eficiencia, eficacia e impacto de las actividades en relación con los objetivos planteados para la realización de estas (*Urrutia Barroso L.* El sistema de monitoreo y evaluación en el contexto de los Proyectos APPL/PDL/UNIFEM. 2004. Observaciones no publicadas).

La finalidad de la evaluación, de acuerdo con esta definición, es la mejora de las actividades en su desarrollo, para contribuir en la planificación, programación y la toma de decisiones.

El Comité de Ayuda al Desarrollo (OCDE) expresa que la evaluación es una función que consiste en hacer una apreciación tan sistemática y objetiva como sea posible sobre un proyecto en curso o acabado, un programa o un conjunto de líneas de acción, su concepción, su realización y sus resultados.

La evaluación trata de determinar la pertinencia de los objetivos y su grado de realización, la eficiencia en cuanto al desarrollo, la eficacia, el impacto y la viabilidad.

Menou (1993) afirma que la evaluación del impacto de la información debe tender a establecer los criterios tangibles que posibiliten la medición de la relevancia que puede tener la información en función del desarrollo. Y opina que para efectuar una evaluación de este tipo se debe partir del análisis del equilibrio entre información y desarrollo, a fin de decidir el o los métodos idóneos para realizar el proceso, crear el marco inicial para la investigación en el terreno y proyectar la continuidad del proceso a largo plazo.

Existen varios términos que se utilizan para distinguir los distintos tipos de evaluación. Una clasificación muy interesante es la que ubica la evaluación como integrante del ciclo de vida del proyecto, que se revela en las distintas etapas o fases de la intervención del proyecto.

Según *Abdala*, en la etapa *ex ante*, que se cumple antes del inicio de la ejecución de determinado programa, se evalúan: el contexto socioeconómico e institucional, los problemas identificados, las necesidades detectadas, la población objetivo, los insumos y las estrategias de acción. En el caso de la evaluación *intra*, el autor explica que esta se desarrolla durante la ejecución del programa y se evalúan las actividades e identificando los aciertos, errores y dificultades.

La evaluación *post*, se corresponde con la finalización inmediata de la ejecución del proyecto, donde se detectan, registran y analizan los resultados. Con la evaluación *ex post*, que se realiza tiempo después (meses o años) de concluida la ejecución, se valoran los resultados mediatos y alejados, consolidados en el tiempo.

De acuerdo con *González*, la evaluación *ex post* entraña un análisis de efectos y resultados de un proyecto una vez ejecutado y finalizado. La autora expresa que los elementos de la evaluación *ex post* son: eficacia, eficiencia, pertinencia, viabilidad e impacto.

Como puede observarse, sitúa la evaluación de impacto dentro de la evaluación *ex post*. Sin embargo, enfatiza en que la evaluación de impacto es más amplia que las evaluaciones de eficacia y efectividad por cuanto incluye todos los efectos posibles, tanto positivos como negativos, previstos o no previstos, locales, regionales o nacionales y mide las consecuencias que determinada acción tuvo sobre el medio, consecuencias que pueden ser económicas, técnicas, sociales, culturales, políticas ecológicas u otras.

En el terreno específico de la evaluación de impacto, *Cohen y Franco* exponen que esta evaluación "...trata de determinar...si hubo cambios...la magnitud que tuvieron...a qué segmentos de la población objetivo afectaron y en qué medida (y) qué contribución realizaron los distintos componentes del proyecto al logro de sus objetivos". (Cohen E, Franco, 1992)

Baker (2006) entiende por evaluación de impacto, el análisis que tiene como objetivo determinar de manera más general si un programa produjo los efectos deseados en las personas, hogares e instituciones y si esos efectos son atribuibles a la intervención del programa.

La autora expone que este tipo de evaluación permite además, examinar las consecuencias no previstas en los beneficiarios, sean éstas positivas o negativas, en lo cual coincide con otros autores anteriormente citados.

Sandoval (2003) opina que la evaluación de impacto mide los cambios en el bienestar de los individuos que pueden atribuirse a un programa o a una política específica y establece que los objetivos de este tipo de evaluación son proveer información y ayudar a mejorar su eficacia.

Abdala (2004) amplía esta definición y afirma que la denominación de evaluación de impacto contempla el proceso evaluatorio, orientado a medir los resultados de las intervenciones, en cantidad, calidad y extensión según las reglas preestablecidas. Así, la medida de los resultados, que constituye la característica principal de la evaluación de impacto, permite comparar el grado de realización alcanzado con el grado de realización deseado y, a su vez, compara la planeación con el resultado de la ejecución". Más adelante, el mismo autor explica que "...la evaluación de impacto abarca todos los efectos secundarios a la planeación y a la ejecución: específicos y globales; buscados -según los objetivos o no-; positivos, negativos o neutros; directos o indirectos -la sola puesta en marcha del programa puede generar efectos sobre los directamente involucrados hasta la sociedad toda".

Las definiciones expuestas anteriormente tienen muchos puntos de contacto, entre ellos:

- La evaluación de los cambios ocurridos en la población beneficiaria producto de una acción.
- La evaluación de los cambios efectuados no sólo en la población beneficiaria sino en otros grupos poblacionales.
- La evaluación de todos los efectos de una acción, sean positivos o negativos, buscados o no y directos o indirectos.

En el contexto de la presenta investigación los fundamentos abordados anteriormente resultan de gran significación y suficientes para constatar los efectos originados con la implementación de los lineamientos del VI Congreso

CAPÍTULO II. EVALUACIÓN DEL IMPACTO SOCIOCULTURAL DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DEL VI CONGRESO DEL PARTIDO EN LA RED COMERCIAL EN EL MUNICIPIO MOA.

En el presente capítulo se abordan elementos del diseño para desarrollar la investigación. Esta investigación parte de un enfoque cualitativo, asumiendo el método fenomenológico como sustento para desarrollar la misma; además se exponen cada uno de los elementos del diseño teórico metodológico seguido por la investigadora. Posteriormente se presentan los resultados que revelan la aplicación de los instrumentos de investigación; así como las inferencias que permiten arribar a las conclusiones.

2.1 La metodología utilizada para evaluar el impacto sociocultural de la implementación de los lineamientos del VI congreso del partido en la red comercial en el municipio Moa.

2.1. 1- Algunas consideraciones del enfoque cualitativo.

El enfoque cualitativo, dentro de su propósito, descripción de las cualidades de un fenómeno. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible. Busca la interpretación que dan los sujetos a diferentes eventos que en su mayoría no son observables ni susceptibles a ser sometidos a una investigación experimental.

El uso de este enfoque permite, por ser especialmente flexible y abierto, ir elaborando la metodología en la medida que avanza la investigación. La situación y los datos obtenidos que generan el problema, pueden reformularse a partir del cuestionamiento constante al tener nuevos datos y contrastaciones.

En todo momento **existe** una relación entre las diferentes etapas y acciones de la investigación, de la recogida de datos al planteamiento del problema, y de este nuevamente a los datos, de las hipótesis a la elaboración de la teoría.

La investigadora considera pertinente la utilización de este enfoque porque le permite la constante toma de decisiones sobre el curso de la investigación.

2.1.2- Justificación.

El modelo económico cubano, impulsado por el Partido y el Gobierno, se ha convertido en una alternativa para la sostenibilidad de la economía. El mismo ha traído aparejado un cambio en la concepción de la actividad comercial, haciéndola funcional a las exigencias actuales del desarrollo económico y social.

A raíz del VI congreso del PCC, se trazan los lineamientos que rigen la política económica y social, se amplía la actividad no estatal, como garantía del desarrollo económico y comercial. El trabajo por cuenta propia cambia de concepción y se enfatiza en la calidad de los servicios a la población.

La estructura y organización del comercio minorista, como organismo que rige el comercio interno, deberá dirigirse a diversificar las calidades y surtidos de los productos y servicios que se ofertan, para satisfacer las demandas de los diferentes segmentos de la población. Estos son elementos determinantes para la sostenibilidad y sustentabilidad de las redes comerciales estatales.

2.1.3- Diseño de la investigación

Situación problemática:

En el territorio se cuenta con acciones concretas que han permitido la implementación de los lineamientos, como la ampliación de las unidades comerciales y la atención diferenciada a los grupos sociales de bajos ingresos. A pesar de todo lo que se ha avanzado quedan algunos problemas que deben ser atendidos con urgencia.

En un análisis fáctico al estado actual de la actividad comercial minorista en el Consejo Popular Moa Centro, se pudo constatar insuficiencias tales como:

- No se ha logrado el arrendamiento de unidades gastronómicas a cuentapropistas.
- Falta de sistematicidad en el abastecimiento de productos de primera necesidad a las unidades comerciales.
- No se ha concretado la construcción de las mini industrias locales.
- Algunas unidades gastronómicas no logran los niveles de calidad e higienización establecidos.
- Deterioro constructivo de las instalaciones, falta de equipos de refrigeración lo que no permite brindar el servicio con la calidad requerida.

De lo anterior emerge como contradicción, en su manifestación externa, las insuficiencias del comercio minorista en Moa y las exigencias actuales del nuevo modelo económico cubano.

Problema científico:

¿Qué impacto sociocultural ha experimentado la implementación de los Lineamientos del VI Congreso del Partido en la red comercial del Consejo Popular Moa Centro?

Objetivo General

Evaluar el impacto sociocultural de la implementación de los lineamientos del VI congreso del partido en la red comercial del Consejo Popular Moa Centro.

Objetivos específicos:

- Determinar las políticas que rigen el funcionamiento de la red comercial y la evaluación de impactos.
- Caracterizar la red comercial en el consejo popular Moa Centro.
- Determinar el impacto sociocultural de la implementación de los lineamientos del VI Congreso del Partido en el Consejo Popular de Moa Centro

2.1.4- Particularidades del método fenomenológico asumido para el estudio

Respecto a la fenomenología se comparte el criterio de Martínez (1989) que plantea: "El énfasis primario de la fenomenología está puesto en el fenómeno mismo, es decir, es lo que se presenta y revela a la propia conciencia y del modo como lo hace; con toda su concreción y particularidad; y esto no sólo tiene su estructura y regularidad, sino una lógica que es anterior a cualquier otra lógica" (Martínez., 1989).

Es decir que el método fenomenológico trata de captar la naturaleza y estructura peculiar de los fenómenos tal y como los experimentan los sujetos que participan del mismo.

Una buena comprensión y aplicación del método fenomenológico, siguiendo a Giorgi (1984), implica tener en cuenta que:

- Este enfoque de la investigación trata de abordar los problemas de forma integral, tiene en cuenta las diferentes interacciones y relaciones múltiples que son inherentes a todo proceso social; de ahí que constituya un método científico innovador en el ámbito de las disciplinas humanísticas.
- Esta manera de investigar trata con significados más que con hechos; es una manera de describir y no una forma de introspección.

La fenomenología es fundamentalmente un enfoque relacional; avanza en la medida que va encontrando o desvelando el complejo entramado de relaciones que existe en todo proceso social.

- No es un mero repertorio de vivencias, sino que trata de resolver y entender los problemas a partir de cómo son experimentados éstos por la muestra seleccionada de sujetos.
- La actitud del investigador, lejos de ser especulativa, se muestra descriptiva, sistemática y reflexiva.

- Aunque enfatiza en las experiencias concretas, no se opone al manejo de datos y materiales, aunque emplea preferentemente la imaginación y la intuición para interpretarlos.
- Resulta fundamental para la investigación definir y seleccionar una muestra de informantes rigurosamente representativa del problema que aborda, para a partir de ahí tratar de descubrir aquello que es esencial y generalizable.

Los procedimientos utilizados por el enfoque fenomenológico para la recogida de datos, están en relación directa a su interés por explorar los problemas tal cual se dan en la realidad vital de los sujetos afectados, directa o indirectamente protagonistas de los hechos.

2.1.5 Estrategias de recogida y análisis de datos

Para la recogida de los datos sobre la implementación de los Lineamientos del VI Congreso del Partido en la red comercial en el municipio Moa y la percepción que tienen los consumidores sobre la red comercial, fue necesario apoyarse en diferentes técnicas y procedimientos entre los que se destacan:

La observación. Esta establece una comunicación deliberada entre el observador y el fenómeno observado. Comunicación que, normalmente, procede a nivel verbal, en la que el investigador-observador está alerta a las claves que va captando y, a través de las cuales, interpreta lo que ocurre, obteniendo así un conocimiento sistemático, profundo y complejo de la realidad que observamos.

La observación es una de las actividades comunes de la vida cotidiana; una actividad prácticamente ejercida por todas las personas y practicada casi ininterrumpidamente por cada una de ellas. Observamos a los demás y nos observamos a nosotros mismos. Observamos las conductas y las conversaciones, la participación y el retraimiento, la comunicación y el silencio de las personas. Esta observación común y generalizada puede transformarse en una poderosa

herramienta de investigación social y en técnica científica de recogida de información si se efectúa:

- Orientándola y enfocándola a un objetivo concreto de investigación formulado de antemano.
- Planificándola sistemáticamente en fases, aspectos, lugares y personas, planeamientos científicos y explicaciones profundas.
- Sometiéndola a controles de veracidad, de objetividad, de fiabilidad y de precisión.

En el caso particular de esta investigación se explota la observación participante, pues la investigadora forma parte del grupo investigado. No debemos olvidar que la observación participante sirve para obtener de los individuos sus definiciones de la realidad y los constructos que organizan su mundo. Involucra la interacción social entre el investigador y los informantes

La entrevista. La entrevista cualitativa (entrevista informante) es considerada como parte integrante de la observación participante (Guba y Lincoln, 1981). Supone recabar información a través de los “informantes” sobre acontecimientos y problemas que no conoce el investigador y que pueden surgir a lo largo de la observación participante. Constituye una vía muy efectiva para conocer sentimientos, pensamiento e intenciones de las personas y los acontecimientos anteriores a la observación.

Este tipo de entrevista de manera general es una herramienta útil en el estudio de procesos cognitivos, vivenciales y educativos, aportando informaciones muy valiosas sobre mecanismos internos que explican determinados comportamientos, juicios y actitudes

La entrevista cualitativa también puede realizarse en condiciones de trabajo de discusión en grupos, en tal caso se basa precisamente en la producción de

discursos de un grupo en el que están representadas todas las personas relevantes de una comunidad o grupo social, consiguiéndose así una representación estructural en la que se refleja la dinámica de una realidad: normas, valores, interacciones sociales, percepciones de la realidad, etc.

La encuesta. En nuestro caso se utilizó la encuesta personal, que es la que se realiza en forma de entrevista o de encuentro cara a cara entre el investigador y el entrevistado. El primero formula y anota las respuestas y el segundo se limita a responder. Suele ser el tipo de encuesta más utilizada en la investigación social, consigue el mayor porcentaje de respuestas, al permitir el control directo de la información por parte del entrevistado.

2.1.6 Diseño muestral.

El objetivo de determinar el tamaño de la muestra es específicamente encontrar un tamaño de muestra n , extraída sin reposición de una población finita de tamaño N , para la cual el error al estimar una determinada proporción P (por ciento, probabilidad) no sea mayor que un valor deseado d (en este caso 0.95, es decir, $\alpha=0.005$ también). El error de estimación es el valor absoluto de la diferencia entre el verdadero valor absoluto de la diferencia.

Se utilizaron unidades de análisis como:

- Actividades comerciales.
- Características de las ofertas comerciales.
- Escenarios utilizados para realizar las actividades comerciales.
- Nivel de satisfacción de los consumidores respecto a los servicios brindados.

2.1.7-Conceptualización de las variables y categorías de la investigación

Comercio: El comercio es el conjunto de actividades que tienen como objetivo el intercambio de bienes y servicios. Las actividades comerciales sirven para poner en contacto al productor (oferta) con el consumidor (demanda).

Consumidor: Persona que compra productos de consumo: los consumidores pueden reclamar la reparación de perjuicio a la empresa comercializadora.

Satisfacción: Gusto o placer que siente una persona al recibir un servicio.

Impacto: Resultado de un proceso que tiene una impresión positiva o negativa en un grupo de personas.

2.2 Evaluación del impacto sociocultural de la implementación de los Lineamientos del VI Congreso del Partido en la red comercial del Consejo Popular Moa Centro

En este epígrafe se abordan los resultados de los instrumentos aplicados y las principales inferencias realizadas que permiten la valoración y las transformaciones experimentadas en la red comercial perteneciente al Consejo Popular Moa Centro a partir de la implementación de los Lineamientos del VI congreso del Partido.

2.2.1 Breve descripción del escenario

La empresa municipal de comercio y gastronomía de Moa, se encuentra ubicada en el consejo popular 26 de Junio, calle, Avenida Lenin #; 39, fue creada en el año 1976 como reorganización del aparato central del estado que tuvo lugar en la nueva división política del país.

Cuenta con un consejo de dirección calificado y un total de 1614 trabajadores. En la actividad de comercio existen 690 trabajadores de ellos mujeres 450 y hombres 240.

En la actividad de gastronomía existen 781 trabajadores de ellos mujeres 530 y hombres 251. En la oficina central existen un total de 143 trabajadores de ellos 110 mujeres y 33 hombres. Como se puede apreciar el sexo femenino es predominante en las actividades comerciales.

Es una empresa estatal socialista de comercio minorista que cuenta con una infraestructura y un capital humano que tiene la importante misión de la prestación de los servicios comerciales y gastronómicos con el propósito de satisfacer las necesidades de la población y obtener ganancias para el territorio con un alto sentido de la responsabilidad y de la ética profesional.

La Empresa Municipal de comercio posee 38 unidades gastronómicas y 62 unidades de comercio, ubicadas en los diez consejos populares, abarcando zonas rurales y del plan Turquino.

Caracterización del Consejo Popular Moa Centro

Cuenta con una población de 6575 habitantes. En su estructura aparecen institucionalizadas 17 unidades de servicios para la población, de ellas ocho corresponden a la gastronomía y nueve a las ofertas comerciales, entre las unidades gastronómicas se encuentran:

- Restaurante el “Espigón”
- Restaurante el “SATT”
- Bar “Rincón del Amor”
- Cabaret “el Patio Español”
- Bar “Rincón de Pepe”
- Cafetería “las 24 horas”
- Cafetería “La Terminal”

- El Huracán, (sistema de alimentación a la familia).

Unidades de comercio que se encuentran en el Consejo Popular Moa Centro.

- Bodega, “Mercado dos” Playa
- Bodega, “Mercado tres” Playa
- Bodega, “El Clavel”
- Mercado Ideal “La Estrella”
- Mercado Ideal “Copelita Playa”
- Mercado artesanal industrial “La Modelo”
- Ferretería “Nueva Imagen”
- Venta de materiales de la construcción (Nueva Imagen)

Estas unidades brindan diferentes ofertas a los consumidores, como productos alimenticios, equipamiento industrial, insumos agrícolas, productos de primera necesidad, productos de aseo personal, entre otros.

En el caso de las unidades de gastronomía, las ofertas están referidas a alimentos ligeros, comidas rápidas y preelaboradas, comidas genéricas o especializadas: cocteles, refrigerados, entre otros productos.

Lineamientos del VI Congreso del Partido que se aplican en la red comercial en el Consejo Popular Moa Centro

Lineamiento 42 (prestación de servicio)

Lineamiento 305 (calidad)

Lineamiento 1 (circulación mercantil y planificación)

Lineamiento 5 (circulación mercantil y planificación)

Lineamiento 12 (control interno)

Lineamiento 313 (protección al consumidor)

Lineamiento 175 (programa de la Revolución)

Lineamiento 253 (portadores energéticos)

Lineamiento 306 (doble moneda)

Lineamiento 176 (comedores obreros)

Lineamiento 37 (proyectos locales)

2.2.2 Resultados de los instrumentos aplicados

En este epígrafe se reflejan los resultados de los instrumentos aplicados que permitieron conocer el estado real de la temática que se investiga.

Resultados de la observación

La observación participante permitió a la investigadora apropiarse de un grupo de informaciones y corroborar otras acerca del desarrollo de la actividad comercial en Moa. Se visitaron 12 unidades, específicamente a la prestación de los servicios y al proceso de gestión de la unidad. También se revisaron la documentación que norma el trabajo en las redes comerciales y planes de acciones para la implementación de los lineamientos en función de elevar la calidad en la prestación de los servicios.

Llama la atención que todavía en las unidades comerciales el nivel cultural de los trabajadores es bajo, lo que provoca que en ocasiones no se le dé un buen trato a los usuarios. Esto constituye una de las recomendaciones que deben resolver los responsables de los recursos humanos en este sector. También se impone alcanzar una cultura política en los trabajadores sobre el objeto social de la empresa libre de intereses particulares y egoísmos.

Se pudo comprobar que en el sistema de mercados ideales que se han creado para ofertar a la población productos liberados como: Arroz, frijoles, azúcar y productos enlatados, gozan de una alta demanda. Se han creado mercados

industriales que brindan productos como: aseo personal, ferreterías, colchones y otros, con muy buena aceptación por la población.

Se observó en varias unidades que no se cumple el plan de presupuesto para la reparación de las mismas, dentro de los argumentos que dieron los trabajadores, es porque no se asignan los materiales para estos menesteres. Esta situación es contradictoria, pues el presupuesto que se asigna debe ser ejecutado y la gestión es uno de los procesos al que le deben prestar especial atención.

Lo anterior es evidente, se observó que no se cumple con sistematicidad la ley 60 sobre control interno.

Resultados de las entrevistas

La entrevista como técnica de investigación se realizó a directivos y trabajadores de la red comercial en busca de constatar los cambios experimentados en el municipio a raíz de la aplicación de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución aprobados en el VI Congreso del Partido.

Se entrevistaron a 12 directivos de las unidades comerciales del Consejo popular Moa centro (anexos1): La Modelo, el Copelita Playa, el Rincón del Amor, el Punto de materiales de construcción "Nueva Imagen" el Espigón, la bodega "El clavel, Mercado tres Playa, Mercado Ideal "la Estrella". El Huracán (se atiende a familias con bajos recursos económicos y personas con situaciones educativas especiales), la cremería Moa Centro, Cafetería las 24 horas.

En el 100% de los directivos entrevistados se pudo constatar que los mismos tienen claridad de los lineamientos que deben implementarse en la red comercial. También se conoció que se han tomado las medidas para la introducción de dichos lineamientos en comercio. Dentro de las medidas implementadas hicieron referencia a la creación de Mercados Ideales donde se venden productos de primera necesidad a la población (arroz, frijoles, azúcar, jabón, etc.). En el Centro de Moa se han creado tres.

Se conoció que se profundiza en la planificación del trabajo para chequear los planes de circulación mercantil y verificar si se corresponden con los abastecimientos. Se ha ido trabajando con los colectivos para elevar la cultura energética y se observa que se realizan acciones en las unidades para el ahorro de energía.

Una de las iniciativas que se ha tomado para garantizar que el trabajo en la red comercial en Moa mejore y alcance niveles superiores, es que se prevé en la planificación del trabajo la rendición de cuenta de los administradores de las unidades, en los Consejos de Administración, sobre el cumplimiento de los planes de venta.

Se trabaja en los contratos económicos con los suministradores para que los productos que entreguen a las unidades posean la calidad requerida. Se realizan estudios en la red comercial para adaptar algunas unidades a cuenta propias y a cooperativas.

Se establece un sistema de control a través de los puestos de mando donde se informa diariamente el cumplimiento del plan por unidades; además se realizan todos los miércoles consejillos con los administradores para chequear las tareas planificadas y la calidad con que se cumplen.

Se capacita a los directivos, cuadros y trabajadores en cursos relacionados con: la calidad de los servicios, temas sobre protocolo y el buen trato, ética y profesionalidad, valores compartidos y otros.

A pesar de las medidas tomadas y los cambios producidos a favor de la población, se pudo conocer que en la aplicación de los lineamientos, se observan algunas barreras que limitan la aplicación de las nuevas líneas de trabajo, como:

- Deficiente preparación de los trabajadores en cuanto a las normas de calidad de los servicios.

- Deterioro constructivo de las unidades, lo que provoca malestar en los trabajadores y usuarios.
- No siempre se suministra de manera completa los abastecimientos, lo que provoca descontento en los pobladores que compran en esas unidades.
- No existe transporte destinado a trasladar las mercancías a las unidades, por lo que estas toman sus propias medidas para que los productos sean recibidos en tiempo y forma por la población.
- Todavía no se implementan en las unidades gastronómicas lo relacionado con el trabajo por cuenta propia y las cooperativas.(está en estudio)

En la entrevista realizada a 36 trabajadores, pertenecientes a las unidades investigadas (anexo), se pudo conocer las principales acciones que se han tomado para implementar los lineamientos en su radio de acción en función de prestar un mejor servicio, entre las principales manifestaciones se encuentran las siguientes:

- Analizan diariamente el cumplimiento del plan de circulación mercantil y se toman medidas en el caso de que se incumpla alguna de las tareas previstas en el mismo (100%).
- En las unidades se creó un comité de calidad para evaluar de manera sistemática la calidad de los servicios que se brinda a la población. Este es conocido por el 98,3%
- Han establecido los mecanismos para auto gestionar la transportación de las mercancías a las unidades cuando no existe el carro para realizar esta actividad. (83%)
- Los administradores establecen un nivel de exigencia con los suministradores para que los productos lleguen a las unidades en tiempo y forma. (78,3%)

- Planifican, controlan y ejecutan el plan de ahorro en las unidades. (100%)

El 93,4% pudo identificar los lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, que se ponen de manifiesto en su radio de acción. Se pudo conocer que se realizan otras acciones como:

- Auto gestión de recursos para mejorar el trabajo como es: compra de útiles de limpieza.
- Existe motivación en los trabajadores, se le estimula por los resultados de su trabajo y se sienten identificados con los cambios a partir de la introducción de las nuevas políticas económicas.

Una de las inquietudes que preocupan a los trabajadores para la aplicación de las nuevas líneas de trabajo, y que obstaculiza en cierta medida la implementación de los lineamientos se encuentra:

- La falta de transporte para el traslado de las mercancías.
- El deterioro del estado constructivo de las unidades comerciales.
- No siempre llegan completos los insumos para la población.
- Baja calidad en algunos de los materiales de construcción y los altos precios con que se venden.
- Falta de materiales para su desempeño como es: carencia de papel, lápices, lapiceros etc.

El 100% de los entrevistados reconocieron que a pesar de estas limitaciones hay que seguir trabajando para resolverlas, están conscientes de que existen las fortalezas para la aplicación de los lineamientos y están claros que los resultados serán superiores.

Cuando se indagaba sobre las potencialidades que reporta la aplicación de estos lineamientos consideraban que se garantiza mejor calidad de vida a la población, aumento de los productos ofertados tanto en las unidades industriales como de la gastronomía.

Se comprobó que existe un estado de opinión positiva de los trabajadores, de los directivos y de los usuarios sobre los cambios que se han ocasionado con la aplicación de las nuevas medidas en el municipio. Los trabajadores poseen sentido de pertenencia, están comprometidos con mejorar los servicios que se le brindan al pueblo. Se preocupan por elevar su preparación cultural y mejorar su desempeño.

Resultados de la encuesta

La encuesta (anexo 3) arrojó datos interesantes. Se encuestaron a 70 usuarios que recibieron los servicios en las entidades visitadas, se pudo comprobar que existe un buen estado de ánimo por los cambios que han observado en la red comercial.

Entre los principales resultados alcanzados se pueden resumir a manera de síntesis los siguientes:

- Existe mayor oferta de productos industriales y gastronómicos.
- El 100% evalúa de positiva la atención que se le brinda a las familias de bajos ingresos y discapacitados referidos a las ofertas de alimentos.
- Tienen una percepción positiva de las ofertas de materiales para la construcción y arreglo de las viviendas.
- El servicio gastronómico oferta más variedades de productos, como es el caso de la cremería con siete variedades de helados y diversos tipos de dulces. Así como la oferta de productos semielaborados como: croquetas, mermeladas, etc.

Los clientes reconocen que algunas de las dificultades que presenta el comercio en Moa, es la poca sistematicidad en el suministro de algunos productos que no llegan en tiempo y forma a las unidades.

Dentro de las sugerencias que consideran los usuarios sobre los cambios que se deben introducir en el comercio en Moa para lograr mayor satisfacción en la población se encuentran:

- Construir unidades comerciales en el centro de Moa, solo hay unidades gastronómicas.
- Elevar el número de puntos móviles en la venta de granizados, helados, refrescos, algodón, etc.
- Implementar los arrendamientos de las unidades gastronómicas a cuentapropistas.
- Lograr un mayor vínculo con las empresas del municipio a través de una mayor exigencia hacia los organismos superiores.

2.3 Principales resultados arrojados por la investigación

Los resultados de la implementación de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución aprobados en el VI Congreso del PCC, en la red comercial de Moa se han materializado a través de los servicios de sus unidades.

Entre las principales transformaciones que se observan en el territorio se encuentra:

- El sistema de alimentación a las familias de bajos ingresos económicos En los momentos actuales, en el sector comercial, se cuenta con seis instituciones de este tipo, incluyendo las zonas rurales (una en farallones y

una en la Melba). También se han anexado cooperativas a unidades con el fin de prestar servicios de leche fresca a niños menores de 6 años.

- La creación de cinco mercados ideales para la venta de productos alimenticios en todo el territorio. Así como el incremento de ventas de productos industriales en seis establecimientos en toda la localidad y en bodegas mixtas que se destinan a la venta de productos industriales y bebidas.
- Se cuenta con cinco puntos de ventas de materiales de la construcción para todo el que necesite fabricar por créditos o subsidios.
- Se crearon dos centros de elaboración, uno que presta servicios a la red gastronómica y el otro que elabora las meriendas a los estudiantes del municipio. También se cuentan con restaurantes, cafeterías con comidas, centros nocturnos, comedores obreros, cerveceras y bares, se creó un almacén central para distribuir las mercancías a las unidades y un almacén de bebidas y licores.
- Se trabaja en la contratación económica con los suministradores en cuanto a las especificaciones de calidad y en el número de controles internos, auditorias y verificaciones fiscales para detectar deficiencias y descontrol en las empresas.
- De manera general se aprecia un nivel de satisfacción en la población en lo relacionado con la oferta de productos de primeras necesidades como por ejemplo: los aseos personales, los útiles del hogar, entre otras.

A pesar de todo lo que se ha avanzado con la implementación del nuevo modelo económico en el territorio, podemos plantear como problemas a atender:

- Satisfacer las necesidades más crecientes de la población, con énfasis en algunos productos que todavía se encuentran con altos precios.

- Lograr alternativas para el arrendamiento de unidades gastronómicas a cuentapropistas, a partir de superar el número de trabajadores que pueden contratarse.

A manera de resumen, entre las principales fortalezas y debilidades que tiene la red comercial en Moa, se encuentran:

Fortalezas:

1. Cuenta con un capital humano con experiencia para ejercer sus funciones.
2. Existe una escuela de capacitación para preparar a los trabajadores con vista a que eleven su nivel y alcancen su idoneidad.
3. El consejo de dirección es graduado del nivel superior y con experiencia en su desempeño.
4. Se cuenta con un Comité Técnico de calidad en la empresa y todas las unidades.
5. Existe una oficina de protección al consumidor y una de atención a la población.
6. -Es una empresa autogestiva.

Debilidades:

- Falta de sistematicidad en el seguimiento y control de los procesos de gestión que se realizan en las entidades comerciales.
- La existencia de recursos en las unidades comerciales es insuficiente, lo que limita una adecuada atención a la población del territorio, tales como: Falta de refrigeración; poco suministros de los insumos: como tanques para agua potables: platos, vasos; cubiertos; priorizando estos en los restaurantes.

- Carencia de transporte para llevar las mercancías a las unidades lo que puede ocasionar que se cometan algunas ilegalidades.
- No se ha logrado el arrendamiento de unidades gastronómicas a cuentapropistas.
- Insatisfacción de la población por la poca sistematicidad en el suministro de los productos que se ofertan en las instalaciones comerciales del territorio.

Independientemente de las dificultades que se presentan en la red comercial, los resultados que exhibe el Municipio Moa en cuestiones comerciales avalan la efectividad de la implementación de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución aprobados en el VI Congreso del PCC, como parte de la actualización del modelo económico cubano.

CONCLUSIONES

Una vez culminado el proceso de investigación se arribó a las siguientes conclusiones.

El comercio es una de las actividades que le han permitido al hombre desarrollarse desde que comenzó a vivir en sociedad. Su funcionamiento ha estado mediado por las políticas que en materia de comercio rigen cada país, región o nación. En Cuba está regido por el órgano central del estado designado para estos efectos (Ministerio de Comercio Interior), sin ningún propósito de lucro, sino en función de satisfacer las demandas más apremiantes de la población y las necesidades de desarrollo del país.

A raíz del VI Congreso el Partido Comunista de Cuba, se trazaron un grupo de políticas en función de implementar un nuevo modelo económico y social, del que emergió los Lineamientos que rigen esta política. Para el comercio se explicitan un grupo de lineamientos a partir de lo cual el sector ha introducido cambios significativos en su gestión y prestación de servicios.

En la red comercial en el municipio Moa se implementan (11 Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución y un sistema de acciones que permiten prestar un servicio de mejor calidad a la población. Se introducen cambios importantes en la infraestructura de esta red y su cultura organizacional.

En el estudio realizado al servicio que prestan las unidades de comercio y gastronomía en el Consejo Popular Moa Centro, se constató que existen niveles adecuados de satisfacción por parte de los clientes y usuarios a partir de las modificaciones introducidas en la red por las medidas implementadas como parte de la introducción de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución.

Independientemente de que existen algunos problemas que deben ser atendidos por la dirección de la empresa de comercio en Moa, se mejora la cultura en la

prestación y consumo de los servicios. Lo anterior se corrobora en la calidad y cambios experimentados en esta red; así como por el nivel de satisfacción de la población.

RECOMENDACIONES.

Por la importancia que reviste la temática tratada para el sector del comercio en Moa se recomienda lo siguiente:

Socializar los resultados alcanzados en la investigación, con las autoridades de comercio en Moa, con vista a buscar vías que permitan mejorar la calidad de los servicios que se prestan a la población.

Coordinar con las instituciones educativas del territorio la impartición de cursos de nivelación y especialización a los trabajadores de las diferentes unidades de la red comercial y gastronómica.

BIBLIOGRAFÍA

1. Abdala E. Manual para la evaluación de impacto en programas de formación para jóvenes. Montevideo: CINTERFOR; 2004. Disponible en: http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/man_eva/index.htm (Consultado: 6 de marzo del 2013)
2. Albornoz, M. et al. (1999). "Impacto social de la ciencia y la tecnología: conceptualización y estrategias para su medición". Documento de trabajo. Bernal, Universidad Nacional de Quilmes.
3. Alegría Peña, J. (2009). ¿Qué Es Comercio Interno y Externo? disponible en: <http://www.monografias.com>, consulta: 11 de abril del 2013.
4. Baker JL. Evaluación del impacto de los proyectos de desarrollo en la pobreza: manual para profesionales. 2000. Washington: Banco Mundial; 2000. Disponible en: <http://www.cddhcu.gob.mx/bibliot/publica/inveyana/polisoc/pdf/0403.pdf> (Consultado: 6 de marzo del 2013).
5. Bernal Torres, C. A. (2006). Metodología de la investigación. México: Pearson Educación.
6. Bijarro Hernández, F. (s.d.). Desarrollo estratégico para la investigación científica. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros/2007c/306/tipos%20de%20muestreo.htm>
7. Camacho Jiménez K. Retos para evaluar el impacto de Internet: el caso de las organizaciones de la sociedad civil centroamericana. 2000. Disponible en: <http://www.um.es/fccd/anales/ad07/ad0703.pdf> (Consultado: 6 de marzo del 2013)
8. Cohen E, Franco R. Gestión Social. Cómo lograr eficiencia e impacto en las políticas sociales. México DF: Siglo XX Editores; 1992.
9. Colectivo de autores. (2007). Estudio de la Contabilidad General. Editorial Ciencias Médicas. La Habana, Cuba.
10. Colectivo de autores. (2002). Selección de Lecturas de Metodología, Métodos y Técnicas de Investigación Social II. Editorial Félix Varela. La Habana. Cuba

11. CONSEJO DE ESTADO DE LA REPÚBLICA DE CUBA (2003). Resolución no. 222/03. En: Gaceta Oficial de La República, La Habana, Cuba.
12. CONSEJO DE MINISTROS DE LA REPÚBLICA DE CUBA (1986). Decreto 125 de 1984. En: Selección de documentos políticos, jurídicos y de consulta sobre política y trabajo con los cuadros. Editora Política, La Habana, Cuba.
13. CONSEJO DE MINISTROS DE LA REPÚBLICA DE CUBA (2000) Lineamientos e Indicaciones del Consejo de Ministros para la instrumentación, ejecución y control de la política de cuadros en los órganos, organismos y entidades del Estado y el Gobierno, La Habana, Cuba.
14. Cohen E; Martínez R. Manual de formulación, evaluación y monitoreo de proyectos sociales. 2002. Disponible en:
http://www.eclac.cl/dds/noticias/paginas/8/15448/Manual_dds_200408.pdf
(Consultado: 6 de marzo del 2013)
15. Madruga Torres. A. El comercio interior y el comercio exterior. Disponible en: <http://www.monografias.com>, consulta: 11 de abril del 2013.
16. Fernández Estradao, O. (2011). Modelo de funcionamiento económico en cuba y sus transformaciones. Seis ejes articuladores para su análisis. Universidad de la Habana, Facultad de Economía. La Habana Cuba
17. Fernández Polcuch E. La medición del impacto social de la ciencia y la tecnología. 2000. Disponible en:
<http://www.redhucyt.oas.org/ricyt/interior/biblioteca/polcuch.pdf> (Consultado: 6 de marzo del 2013)
18. González L. La evaluación ex - post o de impacto: un reto para la gestión de proyectos de cooperación internacional al desarrollo. Disponible en:
http://www.imacmexico.org/file_download.php?location=S_U&filename=11562706871Evaluaci%F3n_de_impacto.pdf
19. Guzmán M. Metodología de evaluación de impacto. Santiago de Chile: División de Control de Gestión; 2004. Disponible en:
<http://hidroven.gov.ve/Resultados/Evaluaci%C3%B3n%20de%20Impacto%20Gesti%C3%B3n.pdf> (Consultado: 6 de marzo del 2013).
20. Hernández Sampier, R. (2004) Metodología de la investigación I y II. Editorial Félix Varela La Habana. Cuba

21. Lago Pérez L. (1997). Metodología general para la evaluación de impacto ambiental de proyectos. 1997. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos14/elimpacto-ambiental/elimpacto-ambiental.shtml#glo> (Consultado: 14 de mayo 2013).
22. Lauzan Carnota, Orlando (1980). "Curso de Administración para Dirigentes". / Ciudad de la Habana / Editorial Ciencia y Educación.
23. Libera Bonilla B. (2007). *Impacto, impacto social y evaluación del impacto. Ciudad de La Habana. Cuba*
24. López Bombino, L. (2006), El saber ético de ayer a hoy. Editorial Félix Varela. La Habana. Cuba.
25. López Romero MA. Presentación de un modelo para la evaluación de los títulos master universitarios. 2005. Disponible en: <http://www.revistadepedagogia.org/repn224.htm> (Consultado: 6 de marzo del 2013)
26. Más allá de los objetivos programáticos. Disponible en: <http://www.proyect2006.org/esp/Default.htm> (consulta: 15 mayo de 2013)
27. Menou MJ. Measuring the impact of information on development. Ottawa: International Development Research Centre; 1993.
28. Metodología de evaluación de la Cooperación Española. Ministerio de Asuntos Exteriores, Secretaría de Estado para la Cooperación Internacional y para Iberoamérica.. Disponible en: <http://www.mae.es/NR/rdonlyres/9C92457B-BF3D-4A6A-AD9D-D4DB9965B94F/0/Metodologiadeevaluaciónlcompleto.pdf> (Consultado: Consultado: 6 de marzo del 2013).
29. Michel Estrada Martínez (2006). La génesis del comercio moderno y las Cámaras de Comercio. El caso particular de Cuba.
30. Origen e historia del comercio. Disponible en: <http://www.monografias.com>, consulta: 11 de abril del 2013.
31. Pérez Serrano G. (1994). Investigación cualitativa. Retos e interrogantes y Métodos. España. Editorial La Muralla. S. A.

32. Primer Congreso del PCC, 1976, Plataforma Programática, Editado por el Departamento de Orientación Revolucionaria, Ciudad de La Habana, Cuba.
33. Primer Congreso del PCC, 1976, Política Educacional, Tesis y Resolución, Editado por el Departamento de Orientación Revolucionaria, Ciudad de La Habana, Cuba.
34. Resolución Nro. ONA-5 Oficina Nacional de Auditoría, 12 de Junio del 2000, Cuba.
35. Rodríguez Gómez, G. (2008). Metodología de la investigación cualitativa. La Habana. Editorial Félix Varela. La Habana.
36. Sandoval De Ecurdía JM, Richard Muñoz MP. Los indicadores en la evaluación del impacto de programas. Sistema integral de Información y Documentación. 2003. Disponible en: <http://www.worldbank.org/poverty/spanish/impact/overview/howtoevl.htm> 24-06-2005 (Consultado: 6 de marzo del 2013)
37. Santana, L. (1996). Retos actuales de la Administración Pública. Conferencia. Universidad de la Habana. 18 de noviembre de 1996.
38. Sánchez E. Evaluación del impacto organizacional que ocasiona un proceso de implementación de sistemas de información geográficos. 1999. Disponible en: <http://gis.esri.com/library/userconf/latinproc99/ponencias/ponencia12.html> 24-06-2005 (Consultado: 6 de marzo del 2013).
39. Sexto Congreso del PCC, 2011, Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, Editado por el Departamento de Orientación Revolucionaria, Ciudad de La Habana, Cuba
40. Torres Zambrano G, Izasa Merchán L, Chávez Artunduaga LM. Evaluación del impacto en las instituciones escolares de los proyectos apoyados por el Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico "IDEP", de Bogotá. 2004. Disponible en: <http://www.reduc.cl/reduc/torres15.pdf> (Consultado: 6 de marzo del 2013)
41. Valiente Sando P, Álvarez Reyes MA. Metodología para evaluar el impacto de la Superación de Directivos Educativos. 2004. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos16/evaluacion-directivos->

[educacion/evaluacion-directivos-educacion.shtml](#) [(Consultado: 6 de marzo del 2013)]

Anexos

Anexo 1 entrevista a directivos de la red comercial en el municipio Moa

Objetivo: constatar las principales acciones que se han llevado en el territorio para materializar la implementación de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución.

Compañero, con el propósito de conocer las acciones que se están realizando en el territorio para la implementación de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución; así como los logros alcanzados hasta el momento, se está realizando esta investigación. Sus criterios, son de gran significación para nosotros, le prometemos total discreción y los datos solo serán utilizados con carácter científico.

Gracias

Cuestionario

Pregunta 1. ¿Cuáles son los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución que se están implementando en su unidad?

Pregunta 2. ¿Qué acciones se han realizado en el municipio para implementar estos lineamientos?

Pregunta 3. ¿En qué aspectos usted considera se debe profundizar para garantizar la implementación de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución?

Pregunta 4. ¿Cuáles son las barreras que aun deben superarse para lograr mejores resultados en la implementación de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución?

Pregunta 5. ¿Cuál es su apreciación respecto al estado de opinión que hoy tiene la población de Moa sobre los cambios que ha experimentado la red comercial en Moa?

Anexo 2 entrevista a trabajadores de la red comercial en el municipio Moa

Objetivo: constatar las principales acciones que se han llevado en las unidades del territorio para materializar la implementación de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución.

Compañero, con el propósito de conocer las acciones que se están realizando en su unidad para la implementación de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución; así como los logros alcanzados hasta el momento, se está realizando esta investigación. Sus criterios, son de gran significación para nosotros, le prometemos total discreción y los datos solo serán utilizados con carácter científico.

Gracias

Cuestionario

Pregunta 1. ¿Conoce usted los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución que se están implementando en su unidad?

Pregunta 2. ¿Qué acciones se han realizado en su unidad para implementar estos lineamientos?

Pregunta 3. ¿Cuáles son los aspectos que constituyen obstáculos en su unidad para la implementación de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución en función de brindar un servicio de calidad?

Pregunta 4. ¿Cuáles son las fortalezas con que cuenta su unidad para implementar los Lineamientos de la de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución?

Pregunta 5. ¿Cuál es su apreciación sobre el estado de opinión que hoy tiene la población de Moa respecto a los servicios que presta su unidad?

Anexo 3 encuesta a clientes de las unidades de la red comercial de Moa

Objetivo: constatar la percepción que tienen los clientes de los servicios que reciben de las unidades comerciales y gastronómicas en el Consejo Popular en Moa.

Pregunta 1. Ha observado algún cambio en los servicios que brinda la red comercial de Moa Centro.

Sí ___ No

¿Cuáles?

Pregunta 2 ¿Cuáles son los productos que ofertan las unidades comerciales que satisfacen sus necesidades?

Pregunta 3 ¿Cómo evalúa la calidad de los productos que les ofertan en las unidades de Moa Centro?

Bueno ___ Regular ___ Mal ___

Pregunta 4 ¿Qué aspectos aún no ha superado el comercio en Moa para brindar un servicio de excelencia?

Pregunta 5 ¿Qué usted sugiere para que el comercio en Moa brinde un servicio de excelencia?
