Mercados de barrio: La apuesta por acercar el comercio a la vida diaria

MB Café Carmesí

Lo que ayer era una bodega con las persianas a medio bajar, hoy renace bajo el nombre de **"Mercado de Barrio Café Carmesí"**. No se trata de una simple remodelación, sino de un giro en la forma de gestionar la venta minorista en Cuba.

Son las diez de la mañana en El Vedado habanero, en la calle Primera y Ocho del Carmelo, y algunos esperan las ofertas del día. Es el nuevo "**mercado de barrio"**, una fórmula que busca acercar el comercio a la gente, con reglas propias y beneficios fiscales concretos.

Un contexto que exige cambios

El "Mercado de Barrio" es una de las 176 medidas de transformación económica y social impulsadas por el gobierno cubano en 2026, con el Ministerio de Comercio Interior (Mincin) como organismo rector.
Su objetivo central es reactivar y remodelar la red existente de almacenes, mercados y carnicerías mediante la incorporación de actores económicos no estatales en la gestión de instalaciones comerciales estatales.

En los últimos años, la comunidad del Carmelo ha venido reflexionando sobre una realidad que ya no puede ignorarse: la necesidad de que las personas de la tercera edad, y en general los adultos mayores, puedan acceder de manera digna, segura y autónoma al mercado del barrio. De ahí la aceptación del fundado el pasado 13 de agosto**.**

Una lista de veinticuatro productos "de primera necesidad"

La premisa es clara: aprovechar capacidades comerciales existentes, muchas subutilizadas, para acercar a las comunidades alimentos y artículos de aseo a precios más bajos.

Los mercados de barrio no venden de todo, ni todo tiene el mismo tratamiento.

> Existe una lista prioritaria. Según la normativa, estos productos reciben beneficios fiscales, deben garantizarse y su precio es observado de cerca: leche en polvo, picadillo, hamburguesas, pollo, embutidos, huevos, aceite vegetal, puré y pasta de tomate, espaguetis, fideos, granos, arroz, azúcar, harina, sopas instantáneas y café. En aseo: detergente, jabón, papel higiénico, desodorante y pasta dental.

Además de la venta tradicional en mostrador, se incentiva a los mercados de barrio a desarrollar preempaque, mensajería y canales de pago electrónico.

El andamiaje fiscal que sostiene la rebaja

Para que esa rebaja sea posible, el modelo no apela a la buena voluntad del comerciante, sino a un andamiaje de incentivos fiscales que buscan reducir los costos de operación.

El corazón del incentivo está en el tratamiento del Impuesto sobre las Ventas. Para los actores económicos no estatales que se integren al proyecto, se establece una bonificación del 5% en el pago de este tributo por la comercialización minorista de un grupo específico de productos.

Pero hay más: quienes comercialicen de forma mayorista hacia esta red quedan exonerados del pago del impuesto sobre las ventas. A esto se suma otro alivio significativo: la exoneración del pago por el arrendamiento del establecimiento durante un periodo que oscila entre los dos y tres años.

La voz del mostrador

Tahimy León Echeverría, dependienta del Café Carmesí, nos refiere que el flujo de personas "se comporta súper bien, inclusive todos los vecinos del barrio están muy contentos con el servicio que estamos prestando. Ellos vienen y todo el mundo: **'Ay, qué bueno, qué bueno'.** Porque realmente la población de aquí es una población mayor, ancianos, y pues se le dificulta ir a algún lugar y entonces aquí resuelve sus primeras necesidades".

Sobre el pago por QR, confirma que **"se acepta todo en la venta del día, todas las transferencias que lleguen.** Ellos están también contentos con eso porque lo mismo las personas mayores que a los trabajadores que se les dificulta la extracción de dinero en el cajero, aquí vienen y pueden hacer las compras mediante este pago electrónico".

Imagen
MB Café Carmesí

¿Y cuál es la diferencia que percibe como dependienta una vez que el punto de venta se convirtió en mercadito comunitario? "Después que se creó el mercado de barrio tenemos una cantidad de productos más con precios diferenciados. Y también hay más flujo de personas".

Pone un ejemplo concreto: "Los mismos ancianitos... el azúcar tenemos de 1 kg, pero tenemos azúcar de 1 lb. Entonces, los ancianitos casi siempre buscan ese azúcar de 1 lb, que le es más fácil para agarrarla. Igual que la leche: tenemos de 1 kg, pero tenemos de ½ kg".

El precio justo, una meta todavía en construcción

Según ha trascendido, la meta es que una nomenclatura seleccionada se comercialice con precios minoristas alrededor de un 15% inferiores a los que se ven en otros segmentos del mercado.

Para Annia Mangane Hernández, representante de la administración del Mercado de Barrio Café Carmesí, los mercados de barrio representan un cambio de paradigma en la gestión comercial. **"No se trata solo de vender más barato, sino de construir un modelo sostenible donde el Estado, los actores económicos y la comunidad ganen.** Hemos capacitado al personal en atención a adultos mayores y estamos trabajando en la generalización del pago electrónico".

Sobre el mecanismo de cobro, es enfática: **"El pago por QR nos está entrando constantemente a la cuenta.** Aquí no se acepta el pago directamente a la tarjeta de la mipyme, siempre es por el QR. Eso lo puede comprobar el que quiera venir y comprobar los mensajes que nos entran directo a la cuenta, que eso lo lleva la económica".

> En cuanto a la perspectiva del nuevo establecimiento, refiere que "la perspectiva del proyecto es mejorar y que los productos lleguen siempre con mejor precio a la población.

Ahora mismo hay una inflación enorme que se nos dificulta a veces para lograr tener esa cantidad de productos que se espera. Entonces, **a veces no lo tenemos al precio deseado, pero es debido a la inflación, porque todos los productos que presentamos aquí en el mercadito, no todos los importamos".**

Y subraya: **"Nuestro compromiso es con el barrio. Sabemos que la confianza se gana día a día**. Por eso hemos establecido horarios preferenciales para adultos mayores, hoy estamos buscando contratar el personal que les ayudará con las bolsas y trabajamos para que los productos de la canasta prioritaria nunca falten. Invitamos a la comunidad a que nos diga qué podemos mejorar".

Un local que se queda pequeño

La aceptación del mercado ha traído consigo una demanda que desborda sus actuales capacidades. De ampliarse el local, los clientes se beneficiarían directamente: habría más espacio para la circulación —algo especialmente sensible cuando se atiende a adultos mayores—, mejor organización de los productos y la posibilidad de incorporar nuevas ofertas sin sacrificar las existentes.

Varios vecinos han expresado que la ampliación sería "un alivio", sobre todo en los horarios de mayor afluencia, cuando las colas y la estrechez del local complican la experiencia de compra.

Dos prioridades que marcan la diferencia en el "Mercado de Barrio Café Carmesí"

1. **Aceptación plena de los adultos mayores en el mercado del barrio.** Esto implica garantizar un trato respetuoso, tiempos de atención adecuados, espacios accesibles y personal capacitado para atender sus necesidades específicas. La aceptación no debe entenderse solo como permitir su presencia, sino como reconocerlos como miembros activos y valiosos de la comunidad.

2. **Implementación y ampliación del pago en línea.** Esta es la medida que se busca ampliar y fortalecer. Consiste en habilitar en todos los puestos del mercado la posibilidad de pagar mediante transferencias bancarias, aplicaciones móviles y otros medios digitales.

Opiniones desde la comunidad

María Elena, jubilada de 72 años, Vedado: "Antes tenía que caminar mucho y cargar con todo. Ahora, con el mercado aquí en la esquina, puedo ir caminando despacio y hasta pagar con la tarjeta que me puso mi hija. Eso sí, todavía hay días en que no encuentro todo lo que necesito, pero al menos el trato es más humano".

Serguey, jubilado y vecino del mercado, comenta que se acerca con frecuencia y valora la cercanía del establecimiento. Encuentra aquí los productos que normalmente hay lo que uno necesita? Y lo bueno es que queda cerca de la casa. Y se puede pagar por transferencia. Y el trato es muy bueno, son muy amables. **Milagros, vecina y cuidadora de su madre** de 95 años, nos comenta: "Lo del pago en línea me parece bien, pero mi mamá no sabe usar eso, pero yo vengo y resuelvo y lo de encontrar las cositas para la casa cerca es lo mejor.

Voces que faltaron en Plaza

Para un proceso de esta envergadura, **se esperaba contar con otras voces autorizadas del municipio que explicaran en la propia plaza los detalles del proyecto: cómo se aplican los incentivos fiscales, qué instancias fiscalizan los precios, cuáles son los mecanismos de retroalimentación con la comunidad y qué pasos se siguen para resolver las inconformidades.**

Esa presencia institucional en el terreno —**más allá de las declaraciones oficiales— contribuiría a transparentar el proceso y a fortalecer la confianza de los vecinos, que muchas veces se enteran de los cambios por comentarios** y no por explicaciones directas.

El **mercado de barrio no es una solución mágica, pero sí una apuesta concreta por acercar el comercio a la vida cotidiana**. Su éxito dependerá de que la letra menuda se cumpla, de que los incentivos fiscales se traduzcan en precios reales más bajos y de que la comunidad —jóvenes y mayores— se apropie del espacio.

Queda, sin embargo, una tarea pendiente que no puede perderse de vista: los precios, aunque inferiores a los de otros segmentos, siguen siendo altos para el poder adquisitivo de la población. Mientras esa brecha no se cierre, el ahorro será relativo y la esperanza quedará a medio camino.

El Carmelo tiene la oportunidad de demostrar que otra forma de hacer comercio es posible; pero para lograrlo, la ampliación del local, la presencia institucional en la plaza y una política de precios verdaderamente accesible deben dejar de ser aspiraciones y convertirse en realidades.