

La protección al consumidor en las Cooperativas no Agropecuarias. Aproximación a un caso de estudio

Protection to consumer in non-agricultural and livestock cooperatives. Approach to a case study

Proteção ao consumidor em cooperativas não-agrícolas. Abordagem a um estudo de caso

Yoandry Cruz Montesino¹, Reinier Bosmenier Cruz², Sandys Menoya Zayas³

¹ Universidad de Pinar del Río "Hermandos Saíz Montes de Oca". Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Derecho. Pinar del Río. Cuba. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2850-7420>. Correo electrónico: yoandry.cruz@upr.edu.cu

² Universidad de Pinar del Río "Hermandos Saíz Montes de Oca". Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Derecho. Pinar del Río. Cuba. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4691-3932>. Correo electrónico: bosmereinier@gmail.com

³ Universidad de Pinar del Río "Hermandos Saíz Montes de Oca". Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Derecho. Pinar del Río. Cuba. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3249-7248>. Correo electrónico: menoya78@gmail.com

Recibido: 13 de abril 2020.

Aprobado: 7 de mayo 2020.

RESUMEN

Las cooperativas no agropecuarias son una organización económica, social y novedosa en el contexto cubano, creada de manera experimental para satisfacer necesidades de la sociedad, reorganizar servicios y procesos productivos y descargar al Estado de la realización de actividades económicas no esenciales. Los consumidores durante el acto de consumo de bienes y servicios, en estas formas asociativas, se ven desprotegidos ante la ausencia de mecanismos de protección al consumidor, lo que provoca una vulneración de sus derechos como consumidores. El presente artículo tiene como objetivo evaluar el estado de la protección al consumidor, en las cooperativas no agropecuarias del comercio en la provincia de Pinar del Río, a través del estudio de una de las cooperativas de servicios gastronómicos del municipio cabecera del referido territorio. En la investigación, se emplearon métodos teóricos como el análisis-síntesis y técnicas propias de los métodos empíricos, tales como el análisis documental, la entrevista y la observación. Se concluye que es necesario el desarrollo de mecanismos de protección al consumidor en las cooperativas no agropecuarias, sobre todo en las que prestan servicios directos a los consumidores, con énfasis en la capacitación, la calidad y la comunicación en su proceso de gestión. En función de ello, se propone un conjunto de acciones cuya implementación en el caso de estudio puede tributar positivamente al



diseño y aplicación de un sistema de protección al consumidor y, con ello, de la satisfacción de los consumidores actuales y potenciales.

Palabras clave: cooperativas no agropecuarias; derechos; protección al consumidor; servicios gastronómicos

ABSTRACT

Non-agricultural and livestock cooperatives are a novel economic and social organization in the Cuban context, created on an experimental basis to satisfy the needs of the society, to re-organize services and productive processes, and to relieve the State of non-essential economic activities. Consumers during the act of consumption of goods and services in these associative forms are unprotected in front of the absence of mechanisms for consumer protection, which results in an infringement of their rights as consumers. The present article aims at evaluating the state of consumer protection in non-agricultural and livestock cooperatives in the province of Pinar del Río through the study of one of the gastronomic service cooperatives in Pinar del Río municipality. The research used theoretical methods such as analysis-synthesis and techniques typical of empirical methods, such as documentary analysis, interview and observation. It concludes that there is a need to develop mechanisms or systems for protection to the consumer in non-agricultural and livestock cooperatives, especially those that provide direct services to consumers and do not have adequate cooperative education or a culture of quality and customer service. Based on this, a set of actions is proposed which, in the case study, can positively contribute to the design and application of a consumer protection system and, therefore, to the satisfaction of current and potential consumers.

Keywords: non-agricultural and livestock cooperatives; rights; protection to consumer; gastronomic services

RESUMO

As cooperativas não-agrícolas são uma organização econômica, social e inovadora no contexto cubano, criada a título experimental para satisfazer as necessidades da sociedade, reorganizar serviços e processos produtivos e aliviar o Estado da necessidade de realizar atividades econômicas não essenciais. Os consumidores durante o ato de consumo de bens e serviços, nestas formas associativas, estão desprotegidos na ausência de mecanismos de proteção do consumidor, o que conduz a uma violação dos seus direitos enquanto consumidores. O presente artigo visa avaliar o estado de proteção do consumidor nas cooperativas de comércio não agrícola na província de Pinar del Río, através do estudo de uma das cooperativas de serviços gastronômicos do município sede do referido território. Na pesquisa, foram utilizados métodos teóricos como análise-síntese e técnicas típicas de métodos empíricos, como a análise documental, entrevista e observação. Concluiu-se que é necessário desenvolver mecanismos de proteção ao consumidor em cooperativas não-agrícolas, especialmente aquelas que prestam serviços diretos aos consumidores, com ênfase na formação, qualidade e comunicação em seu processo de gestão. Com base nisso, é proposto um conjunto de ações cuja

implementação no estudo de caso pode contribuir positivamente para a concepção e aplicação de um sistema de proteção ao consumidor e, assim, para a satisfação dos consumidores atuais e potenciais.

Palavras-chave: cooperativas não-agrícolas; direitos; proteção ao consumidor; serviços gastronômicos

INTRODUCCIÓN

Las personas para la satisfacción de sus necesidades acuden a establecimientos comerciales para obtener productos o servicios de calidad. Los consumidores devienen así el eslabón más importante de las cadenas de consumo y, a su vez, el más débil cuando, frente a los prestadores de servicio, se encuentran desprotegidos de sus derechos por la ineficacia de los mecanismos de protección al consumidor, lo cual puede acarrear consecuencias tanto en el orden psicológico como en lo económico.

Las organizaciones que producen dichos bienes o prestan servicios enfrentan muchos desafíos generados por el contexto global, nacional y local, lo que las obliga a fomentar dentro de sus estrategias una cultura organizacional como forma de gestión innovadora, capaz de comprometer a sus miembros a ser más eficientes en su actividad de cara a los consumidores. Este es el caso de las cooperativas no agropecuarias (CNA), las cuales surgieron en el escenario socioeconómico cubano como entidades claves en la satisfacción de necesidades de la sociedad y el redimensionamiento de la gestión productiva y de servicios en el país, así como en función de descongestionar la carga y peso del Estado en el desarrollo de actividades económicas no fundamentales para la consecución de sus fines.

Los socios durante el proceso de prestación de servicios incurren muchas veces en violaciones de las normas jurídicas establecidas para la protección de los derechos de los consumidores; de ahí que también, en esta novedosa forma de gestión, se requiere que el factor humano sufra la metamorfosis ansiada por los consumidores.

El Estado Cubano ha puesto su esfuerzo en cambiar dicha realidad, por lo cual se han tomado medidas orientadas a la implementación o el perfeccionamiento de los sistemas de protección al consumidor como parte de la actualización del modelo económico y social de desarrollo, la aprobación de una nueva norma y varios canales de comunicación de los consumidores con los diferentes órganos del Estado para que los mismos canalicen sus quejas, inquietudes y sugerencias y finalmente con la elevación al rango constitucional de un nuevo derecho: el derecho al consumo de bienes y servicios de calidad. Se asume como calidad el "conjunto de propiedades y características de un servicio, producto o proceso que satisfacen las necesidades establecidas por el usuario, el ciudadano o cliente" (Santos, 2017, p. 198).

La creación de las CNA, como parte del sector no estatal de la economía, fue prevista en los Lineamientos de la Política Económica y Social, aprobados en el VI Congreso del Partido Comunista de Cuba. Recientemente, este proceso adquirió fundamento constitucional sobre la base del artículo 22 inciso b, de la Constitución de la República

del año 2019 (Asamblea Nacional del Poder Popular, 2019). En la provincia de Pinar del Río, las CNA se comenzaron a crear a mediados del año 2013 y, entre ellas, solo nacieron seis dentro del sector de los servicios, a partir de establecimientos que se subordinaban al Grupo Empresarial de Comercio: tres de las esferas de los servicios de confección textil, reparación de calzado y equipos electrodomésticos y tres en los servicios gastronómicos de restaurante-cafetería¹. La mayoría de los socios de estos establecimientos ya pertenecían a ellos desde antes de su conversión a cooperativa; el resto se ha incorporado después de constituidas las nuevas cooperativas.

Teniendo en cuenta que en las cooperativas, sus integrantes obtienen la condición de socio y frente a los consumidores se convierten en vendedores de productos y servicios, pudieran surgir algunas interrogantes importantes como: ¿son conscientes los socios de la importancia que tienen los consumidores para su negocio?; ¿cómo es su comportamiento frente a un consumidor?; ¿se preocupan los socios por los consumidores?; ¿satisfacen las necesidades crecientes de estos?; ¿protegen estos socios prestadores de servicios a sus consumidores?; ¿conocen de la existencia del Sistema de Protección al Consumidor implementado por el Ministerio de Comercio Interior (Mincin)?; ¿fueron capacitados lo suficiente para mejorar su gestión?

Muchas otras interrogantes pudieran hacerse, por lo que la nueva forma de gestión no estatal todavía necesita de estudio y atención por parte de los organismos involucrados. De ahí que el presente artículo tiene como objetivo evaluar el estado de la protección al consumidor en las CNA del comercio, en la provincia de Pinar del Río a través del estudio de una de las cooperativas de servicios gastronómicos del municipio cabecera del referido territorio. Para ello, se parte del análisis de las categorías cooperativa, consumidor, protección al consumidor y sistema de protección al consumidor, para establecer los vínculos pertinentes entre estas categorías y, finalmente, establecer un conjunto de acciones que contribuirán positivamente al perfeccionamiento del sistema de protección al consumidor en las cooperativas no agropecuarias, en el sector de los servicios.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para dar cumplimiento al objetivo planteado, se emplearon varios métodos, tanto del nivel teórico como del nivel empírico, sobre la base del método dialéctico-materialista como método rector del conocimiento científico. El procedimiento de análisis-síntesis permitió establecer los nexos entre las definiciones o constructos teóricos que constituyen el núcleo de los análisis realizados para llegar a establecer la necesidad de diseñar e implementar, en las nuevas CNA, mecanismos para la protección de los consumidores, teniendo en cuenta la arista empresarial de dichas formas asociativas y

¹ Constituidas a tenor del Acuerdo No. 7454 del Consejo de Ministros, de fecha 14 de agosto de 2013, estas fueron: 1- Atelier "La Moda" (municipio San Luis), 2- Taller Reparación de Calzado "La Estrella Roja" (municipio Pinar del Río), 3- Taller de Reparación de Equipos Electrodomésticos "Hermanos Cruz" (municipio Pinar del Río), 4- Restaurant-Cafetería "El Clavel" (municipio Pinar del Río), 5- Restaurant "Cielo Azul" (municipio Pinar del Río) y 6- Restaurant-Cafetería "Casa Colonial" (municipio Pinar del Río).

el impacto económico y social que deben tener en la actualización del modelo de desarrollo socialista en el país.

Del nivel empírico fue utilizado el método de medición, basado en la aplicación de las técnicas de análisis documental, entrevistas y observación. La revisión de los documentos normativos, que establecen la creación y funcionamiento de las CNA, así como de los internos de la CNA estudiada como caso, a saber, su Reglamento y Estatutos, posibilitaron constatar las falencias que aún existen desde el punto de vista de la visión comercial en estas nuevas formas, lo que impacta, sin dudas, en la escasa importancia que se la ha dado a la protección del consumidor, como herencia de la anterior cultura organizacional estancada y poco proactiva de los establecimientos del comercio interior minorista de los cuales se desprendieron. Las entrevistas fueron realizadas al presidente de la cooperativa y a trabajadores en su rol de socios, con el objetivo de conocer su percepción sobre el funcionamiento de la organización, la calidad de los servicios que prestan, la satisfacción de los clientes y la importancia que les conceden a su protección como consumidores.

Como técnica empírica, se empleó la observación no participante, a partir de aplicar una guía desarrollada a tales efectos que permitió identificar características y condiciones relativas al servicio, calidad, higiene, disciplina cooperativa, atención al cliente, organización, imagen comercial, etc.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Cooperativismo no agropecuario en los servicios y protección al consumidor

Las cooperativas en Cuba constituyen un ente económico importante para contribuir al desarrollo de la economía nacional. Son una forma de autogestión, constitutiva de empresa, orientada hacia la producción de bienes y servicios que parten de la gestión colectiva de los socios para satisfacer las necesidades propias y de consumidores externos. Estas se agrupan en dos formas: las cooperativas agropecuarias y las cooperativas no agropecuarias. Estas últimas encuentran su fundamento legal en el Decreto Ley 366 del 2018 "De las cooperativas no agropecuarias" (Consejo de Estado de la República de Cuba, 2018) con su Reglamento, contenido en el Decreto 356 del 2018 (Consejo de Ministros de la República de Cuba, 2018).

Al definir lo que se entiende por cooperativa, Cruz y Piñeiro (2011) exponen que "es un grupo o asociación de personas que se han unido voluntariamente para satisfacer necesidades y aspiraciones económicas, sociales y/o culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta, democráticamente controlada, autónoma y abierta" (p. 34).

Rodríguez (2017) plantea que "(...) las cooperativas son, primero que todo, entidades integradas por grupos de personas con un objetivo común, que será cumplimentado

sobre la base del esfuerzo propio y la ayuda mutua, dando lugar a un espacio asociativo, particularmente propicio para potenciar una ética propia" (p. 39).

En las definiciones anteriores, se puede apreciar un elemento común al coincidir en que las cooperativas están constituidas por un grupo de personas con igual objetivo. A los fines del presente estudio, los autores asumen la definición ofrecida por Rodríguez (2017).

Según la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), los principios que rigen el Cooperativismo son (ACI, 1995, citado en Odriozola y Palma, 2018, pp. 82-83):

1. Adhesión voluntaria y abierta: las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas a todas las personas capaces de utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades de ser socio, sin discriminación social, política, religiosa, racial o de sexo. También pueden decidir la separación de algunos de sus miembros. Por ende, deben tener establecido, en su reglamento interno, un conjunto de criterios para la adhesión y la separación de algunos de sus miembros y, a su vez, ser analizados por la Asamblea General como órgano supremo de las cooperativas.
2. Gestión democrática por parte de los socios: los miembros de las cooperativas participan activamente en la toma de decisiones y en la implementación de políticas concernientes a la gestión de la cooperativa, debido a que estas son organizaciones gestionadas democráticamente por sus socios. Igualmente, los miembros designados para representar y gestionar las cooperativas deben rendir cuenta ante los socios.
3. Participación económica de los socios: todos los socios aportan equitativamente capital a la cooperativa, no solo de manera directa, sino indirectamente con su fuerza de trabajo, capacidades productivas, habilidades o dedicación para el desarrollo de la cooperativa. Una parte de ese capital es propiedad de la cooperativa, con la finalidad de crear fondos sociales para educación, contingencia, inversión, entre otros, que satisfagan las necesidades de sus miembros. Estos fondos pueden ser establecidos por ley o por la cooperativa en su reglamento interno. Además, de manera individual, los socios tienen participación económica a partir del anticipo (ingreso monetario que reciben los socios mensualmente) y el retorno (lo que recibe cada socio al final del año fiscal, si la cooperativa tiene excedentes después de cumplir con las obligaciones).
4. Autonomía e independencia: las cooperativas son organizaciones autónomas e independientes, gestionadas por sus socios. Estas pueden establecer acuerdos con otras organizaciones siempre que se mantenga el control democrático de sus socios y la autonomía de la cooperativa.
5. Educación, formación e información: las cooperativas contribuyen a la educación y formación de sus miembros para que puedan colaborar de manera efectiva a su desarrollo. Es necesario que los miembros estén capacitados, principalmente en materia de cooperativismo, para contribuir eficientemente a la gestión de la cooperativa desde el punto de vista de la toma de decisiones. Asimismo, deben informar al público de las particularidades y beneficios del cooperativismo, así como sus principios y valores.

6. Cooperación entre cooperativas: la cooperación entre cooperativas es esencial porque con su unión se fortalece el movimiento cooperativo a través de integraciones locales, nacionales, regionales e internacionales.
7. Interés por la comunidad: las cooperativas trabajan para lograr el desarrollo sostenible de sus comunidades mediante políticas emitidas por sus socios.

Estos principios cooperativos, según Cruz y Piñeiro (2011), son "lineamientos u orientaciones sobre cómo las cooperativas deben organizarse y funcionar, por lo que sirven para evaluar la medida en que una organización se acerca al ideal de una cooperativa verdadera" (pp. 48-49).

De estos principios, se puede colegir que los socios son responsables por sus actos y de ello depende su permanencia en la sociedad. Su asociación es voluntaria, por tanto, ellos deben trabajar por el bien social y no para causar perjuicios a las personas en su rol de consumidores, motivo por el cual la calidad en los servicios debe ser una importante meta estratégica y para ello la capacitación debe ser constante y eficaz. Estos principios sirven para identificar la presencia de una organización con una naturaleza jurídica *sui generis*, distinta de la empresa estatal y de las privadas.

Por su parte, la legislación cubana, mediante el Decreto Ley No. 366 del año 2018, establece ocho principios que se relacionan a continuación: voluntariedad, cooperación y ayuda mutua, decisión colectiva e igualdad de derechos de los socios, autonomía y sustentabilidad económica, disciplina cooperativa, responsabilidad social, colaboración y cooperación entre cooperativas y otras entidades, educación y formación.

Según Ponce, Perugorría y Salgado (2015, p. 85) "los principios deben constituir un sistema, sin embargo, sin una adecuada educación y formación en el cooperativismo, resulta imposible su implementación y posterior desenvolvimiento". Aun cuando se comparte esta idea, los autores consideran necesario profundizar en dos principios que poseen una relación más estrecha con el desarrollo eficiente de la gestión cooperativa en sede de protección al consumidor: la disciplina cooperativa y la responsabilidad social.

Según la norma jurídica vigente, la disciplina cooperativa es el respeto y cumplimiento de los socios de cuanta legislación sea aplicable a las cooperativas, lo que cumplen disciplinadamente; por cuanto en la Sección Quinta del Régimen Jurídico, en el artículo 7 apartado 2 de la referida norma, se establece que también les son de aplicación las disposiciones generales de la legislación vigente, por tanto las CNA deben cumplir con el mandato constitucional y lo estipulado para la aplicación del sistema de protección al consumidor por el Mincin como organismo rector.

Sobre la responsabilidad social, los socios con su trabajo deben contribuir con el desarrollo económico y social, además, satisfacer sus necesidades y las de la comunidad. En tal sentido, si desde sus propios principios y a tono con los Lineamientos de la Política Económica y Social se está protegiendo al consumidor y si ambos contribuyen al desarrollo de la nación, entonces las CNA, poniendo en práctica dichos mandatos, contribuyen a la satisfacción de las necesidades del consumidor y con ello a la protección de sus derechos con un servicio de calidad.

Como es visible en las reflexiones anteriores, las cooperativas poseen el mandato de contribuir con el desarrollo de la sociedad, garantizando el consumo de bienes y servicios necesarios para la reproducción de la vida material y espiritual de las personas, desde su rol como consumidores, para así cumplir con lo establecido en el ordenamiento jurídico en ambas direcciones. No obstante, los investigadores Rivera y Rodríguez (2015) han planteado que existen limitaciones en el ámbito jurídico-institucional que afectan el desarrollo pleno de las CNA, tales como:

- La ausencia de una ley general de cooperativas que agrupe al sector cooperativo en el país, al igual que una estructura que desde el Estado promueva, potencie y supervise a las cooperativas y que vele por el cumplimiento de las normas y los principios del cooperativismo
- El proceso de constitución de las cooperativas está supeditado a una excesiva administración estatal, se caracteriza por ser muy centralizado y dilatado, lo cual puede constituir un elemento no favorable que desestimula la constitución y el desarrollo de cooperativas
- La creación de cooperativas provenientes de unidades empresariales debe surgir de los trabajadores para no incumplir con el principio de voluntariedad
- Falta de cultura jurídica cooperativa

En relación con los dos últimos aspectos señalados, las autoras Díaz, Santana y Torga (2020) plantean que:

(...) merece especial atención, en sede de educación cooperativa, considerar que urge, en suelo patrio, sobre todo en el entorno de las CNA, propiciar e intencionar la formación respecto a las bondades o no de la cooperativa, las características de este nuevo actor económico, las nuevas relaciones que se dan entre los socios que ya no son más trabajadores de una empresa estatal, en donde convergen la administración y sus administrados (p. 14).

Con respecto al consumidor en Cuba, la Resolución No. 54, de fecha 4 de mayo de 2018, de la Ministra del Mincin, mediante la cual se aprueban las "Indicaciones para la organización y ejecución de la protección al consumidor en el sistema de comercio interno", señala en su anexo de términos y definiciones que el consumidor es la "persona natural o jurídica, que adquiera, utilice o disfrute, como destinatario final, bienes y servicios de cualquier naturaleza, usuario final minorista o beneficiario" (Ministerio de Comercio Interior, 2018, p. 287).

En correspondencia con el constructo "protección al consumidor" refiere Hernández (2002) que se trata de:

Un proceso sistémico, encaminado a defender los intereses y derechos de los consumidores en sus relaciones de intercambio con los proveedores de bienes y servicios. Este sistema comprende la base reglamentaria, metodológica y las formas institucionales mediante las cuales se despliegan las acciones encaminadas al conocimiento del sistema, deberes y derechos y las vías establecidas para su ejercicio.

Para Ojeda (2018), la protección al consumidor no se refiere solo a la protección del individuo particular en el mercado, sino que se extiende a satisfacer todas las necesidades que el individuo particular tiene y, si bien la mayoría de esas necesidades se satisfacen a través del mercado, otras no, como por ejemplo, la defensa al medioambiente.

En el orden internacional, en aras de unificar los criterios relacionados con este aspecto y consolidar así la lucha en favor de la protección y la defensa de los consumidores, la Organización de Naciones Unidas (ONU) aprobó en el año 1985 las llamadas "Directrices para la protección del consumidor" (ONU, 2001), en las cuales quedaron refrendados los derechos fundamentales de los consumidores, a saber: a la satisfacción de las necesidades básicas, a la seguridad, a ser informados, a elegir, a ser escuchados, a la reparación, a la educación y a un medioambiente sano (Santos, 2017).

En el ordenamiento jurídico cubano, se puede apreciar coincidencia con las definiciones anteriores con respecto a la institución en estudio. La Resolución No. 54/2018 del Mincin, en su anexo 1, titulado "Términos y definiciones", refiere que la protección al consumidor es: el conjunto de principios, disposiciones y acciones organizativas, funcionales y de otro tipo, dirigido a educar, orientar y amparar a los consumidores en el reconocimiento de sus derechos y deberes para que puedan ser ejercidos frente a los proveedores en el acto de intercambio, caracterizándose por procedimientos ágiles y eficaces (Ministerio de Comercio Interior, 2018, p. 287).

Estos conceptos antes analizados, componen una importante definición expuesta por Cruz, Menoya y Bosmenier (2019) sobre el sistema de protección al consumidor:

Se refiere a los mecanismos de actuación creados en función de proteger los derechos e intereses de los consumidores en el comercio minorista. Contempla la identificación de los principios de la protección al consumidor, los derechos y deberes de los consumidores, las obligaciones generales y específicas de los proveedores, las estructuras de protección al consumidor a cada nivel, su subordinación y funciones, la función de inspección y control, las instancias establecidas para presentar quejas y reclamaciones por parte de los consumidores, etc. y se caracteriza por procedimientos ágiles y eficaces.

Analizados los conceptos necesarios para la comprensión de la temática, a continuación se hará alusión al estudio de caso realizado a una CNA del sector de los servicios gastronómicos, en la ciudad de Pinar del Río.

Caso de estudio: Cooperativa No Agropecuaria "Casa Colonial"

Para constatar el estado actual de la protección al consumidor, se escogió la CNA "Casa Colonial" como caso de estudio, por ser la ubicada en el casco histórico de la ciudad y porque la afluencia de consumidores es alta. Dicha CNA está destinada a la actividad gastronómica y fue creada en el año 2013. Actualmente se compone por nueve trabajadores; de ellos, un presidente, un vicepresidente (sustituto), un secretario, un

responsable de control y fiscalización, quienes integran la junta directiva, así como dos dependientes, un cocinero y un auxiliar de limpieza.

En el estudio realizado a la CNA, se constató que las prioridades están enfocadas en las ventas, lo que repercute en una mayor eficacia en el desempeño, lo que impacta positivamente en la remuneración de los socios, dejando en un plano secundario a los consumidores, quienes constituyen la razón de ser de estas entidades.

En la revisión de documentos, se constató la existencia de la comisión de protección al consumidor, la cual, según consta en el acta de constitución, está integrada por el Presidente de la CNA, el secretario y un dependiente gastronómico, los que tienen como funciones velar por el cumplimiento de los derechos y deberes de los consumidores; atender, responder y tramitar las quejas, reclamaciones y sugerencias de los consumidores; actualizar el área de protección al consumidor; gestionar el servicio postventa y las devoluciones ante inconformidades, entre otras. Sin embargo, no consta el registro de violaciones a los derechos de los consumidores y resulta contradictorio que no se encuentre visible el área de protección al consumidor y, por tanto, que no se informen a los clientes los medios o mecanismos para su defensa como consumidores, por ejemplo, que se visualicen teléfonos y lugares a los que puede dirigirse el consumidor para realizar una queja o sugerencia sobre el servicio recibido.

La entrevista realizada al Presidente y socios de la cooperativa arrojó los siguientes resultados:

Como aspectos positivos:

- Autonomía
- Incremento de la oferta para los consumidores
- Los trabajadores se sienten más motivados ahora en su condición de socios
- Perciben mayor remuneración por igual trabajo que en otras entidades estatales
- Cuentan con un régimen especial de seguridad social

Como aspectos negativos:

- Deficiencias en la contratación económica
- Desconocimiento de los actores que participan en la gestión empresarial de las facultades de las CNA
- A pesar de su autonomía, dependen de lo que la empresa les suministra, siendo insuficiente para la demanda creciente
- La capacitación es insuficiente, lo que atenta contra la preparación y actualización de los socios sobre las tendencias actuales del comercio, el amplio programa legislativo del país y la rapidez de los cambios en los ámbitos económico y social
- No se sienten acompañados por las autoridades del municipio
- La oferta de los productos es libre, pero los precios están topados, los productos que expenden tienen el mismo precio que en las entidades estatales

En la observación efectuada, se pudo verificar lo siguiente:

- La higiene y limpieza de las áreas exteriores e interiores de las unidades son buenas, aunque pudiera ser mejorada
- Se encuentra señalizada la institución con el logo que identifica que es una CNA, el nombre, el horario de apertura y cierre
- La organización de las áreas interiores, como área de venta y área de elaboración, es aceptable
- No existen suficientes vías para informar al cliente sobre los productos y servicios que se ofertan
- No se percibe estética comercial, referida a la organización de los productos por familia o giros, precios, presentación
- Los productos que se ofertan no siempre poseen los requisitos de calidad
- El porte y aspecto de los trabajadores es aceptable, aunque todos no están uniformados
- No se garantiza una adecuada higiene en la manipulación de los productos alimenticios
- La higiene de los medios utilizados para la venta es aceptable
- El cumplimiento de las normas de comportamiento de los trabajadores es regular
- No se constató la existencia de mecanismos para auxiliar al consumidor
- No está visible el área de protección al consumidor

Resumen general del estudio

De la información constatada, descrita anteriormente, se puede realizar un resumen general del estudio y establecer un grupo de regularidades agrupadas en aspectos positivos y negativos.

Aspectos positivos:

1. Existencia de regulación legal sobre el funcionamiento de las CNA
2. Incremento de ofertas de productos y servicios para los consumidores
3. Mejoras en las condiciones de trabajo
4. Aumento del salario por igual trabajo
5. Autonomía

Aspectos negativos:

1. Falta de cultura cooperativa de los socios, actores de la economía y sociedad en general
2. Deficiencias en la contratación económica
3. A pesar de su autonomía, se percibe dependencia de la empresa de la cual dependían
4. Falta de sistematicidad en la capacitación a los socios, lo que atenta contra la calidad de los servicios que prestan
5. La protección al consumidor en las cooperativas no agropecuarias no constituye una función a priorizar, sino las ventas y las ganancias que estas producen

Teniendo en cuenta las regularidades detectadas durante el estudio, a continuación se proponen un grupo de acciones cuyo propósito es contribuir a la estructuración e implementación del sistema de protección al consumidor en las CNA del sector de los servicios, en la provincia de Pinar del Río. Dicho sistema se enfoca en tres ejes fundamentales, imbricados con los principios del cooperativismo que les sirven de base, a saber: capacitación (relacionado directamente con el *principio de educación y formación cooperativa*), gestión de calidad (relacionado directamente con el *principio de sustentabilidad económica*) y comunicación (relacionado directamente con el *principio de responsabilidad social cooperativa*).

Sistema de acciones

Eje 1. Capacitación

Objetivo específico: Desarrollar un programa de capacitación para los socios de las CNA que garantice la actualización en las principales normativas y tendencias actuales de la protección al consumidor en el mundo y en Cuba y que tribute, con ello, a la concepción e implementación del sistema de protección al consumidor en las unidades.

Acciones:

1. Realizar un diagnóstico de necesidades de capacitación en los socios.
2. Diseñar el programa de capacitación teniendo en cuenta los resultados del diagnóstico, los fundamentos teóricos asumidos y las necesidades de capacitación identificadas
3. Implementar el programa de capacitación
4. Evaluar el impacto de la capacitación desarrollada

Eje 2. Gestión de la Calidad

Objetivo específico: Lograr la integración entre las funciones de gestión de la calidad y protección al consumidor, teniendo en cuenta el carácter de entidad que presta servicios y, por tanto, las relaciones con los clientes/consumidores se basan en el contacto directo.

Acciones:

1. Realizar eventos de técnicas comerciales y activos de buenas prácticas entre los establecimientos
2. Implementar una jornada con motivo del Día Internacional del Consumidor
3. Promover la investigación e innovación a través del movimiento del Fórum de Ciencia y Técnica y la Asociación Nacional de Innovadores y Racionalizadores
4. Ofrecer seguridad y garantía a los productos y/o servicios que se ofertan
5. Asegurar una información adecuada, oportuna y veraz
6. Fomentar una cultura de respeto hacia el consumidor
7. Instituir el día de la técnica una vez por semana para garantizar la higiene, limpieza y organización

8. Reestructurar la comisión de protección al consumidor. Esta comisión, a juicio de los autores, deberá ser integrada por el presidente, el secretario y el encargado de control y fiscalización, que son miembros de la junta directiva y decisores importantes dentro de la entidad. Esto resuelve la problemática de que un dependiente gastronómico, que está vinculado directamente al servicio al cliente, sea, a su vez, juez y parte ante la violación de un derecho del consumidor
9. Instruir al encargado de control y fiscalización sobre las normativas de la protección al consumidor, de manera que exija el cumplimiento de las mismas, facultad que le confiere el Decreto 356/2018 (Reglamento de las CNA), así como que promueva la utilización de la negociación amigable para la solución de conflictos, según establece el Decreto Ley 366/2018
10. Establecer normas internas que aseguren la inocuidad de los productos, basadas en las normas ISO, definidas a tales efectos (Norma Cubana)

Eje 3. Comunicación

Objetivo específico: Contribuir a que la información y comunicación para el consumidor estén en correspondencia con las exigencias del mismo y le provean las herramientas necesarias para obtener los beneficios de los productos y servicios para la satisfacción de sus necesidades y deseos.

Acciones:

1. Diseñar un sistema de comunicación institucional para ampliar la cultura cooperativa en la sociedad
2. Diseñar un sistema de divulgación de los derechos de los consumidores a través de la confección de pancartas, consignas y plegables en los que se plasmen los derechos del consumidor
3. Diseñar el área de protección al consumidor
4. Afianzar el vínculo entre las cooperativas no agropecuarias y la universidad en la temática

Estas acciones serán ejecutadas fundamentalmente por las juntas directivas de las CNA, con las adecuaciones pertinentes, según las características de la actividad que realizan y, además, pudieran contar con el asesoramiento metodológico y las experiencias acumuladas en materia de gestión por las empresas de las cuales se desprendieron, que hoy constituyen su órgano de relación.

Como conclusiones del estudio realizado, se puede considerar que las CNA, en su actual concepción jurídica y práctica, todavía distan de una implementación eficaz de mecanismos de protección al consumidor. En tanto, por su carácter experimental, se encuentran en la fase de creación de una identidad cooperativa propia y en el actual contexto, la prioridad fundamental es validar su pertinencia para el desarrollo económico y social a que aspira el país.

Derivado de esta situación aún compleja, se observa, además, que persisten elementos negativos heredados de las viejas estructuras organizativas empresariales, tales como: la falta de cultura cooperativa y de una cultura de la calidad, la ausencia de una

orientación hacia el cliente y su comprensión como consumidores, así como deficiencias en la educación y formación cooperativa.

Sobre estos presupuestos, cabe afirmar que la estructuración e implementación de un sistema de protección al consumidor, en las CNA, representan una necesidad a cubrir, sobre todo en aquellas CNA que prestan servicios de impacto económico y social de manera directa a la población consumidora. Este sistema deberá basarse en la capacitación continua de los socios y trabajadores contratados, en la integración con la gestión de la calidad y en la comunicación interna y externa con sus públicos, de manera que el sistema responda a las características y condiciones particulares de esta nueva forma de gestión no estatal. En este sentido, sería válido analizar experiencias en la implementación de sistemas de protección al consumidor en otras entidades -tanto del sector cooperativo como de otros sectores-, en función de establecer dichas especificidades, pero esa tarea excede el propósito de este trabajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asamblea Nacional del Poder Popular. (2019). *Constitución de la República de Cuba*. Gaceta Oficial de la República de Cuba, Edición Extraordinaria No. 5. <https://www.gacetaoficial.gob.cu/es/constitucion-de-la-republica-de-cuba-proclamada-el-10-de-abril-de-2019>
- Consejo de Estado de la República de Cuba. (2018). *Decreto Ley No. 366/2018. De las Cooperativas No Agropecuarias*. Gaceta Oficial de la República de Cuba, Edición Ordinaria No. 63.
- Consejo de Ministros de la República de Cuba. (2018). *Decreto No. 356/2018. Reglamento de las Cooperativas No Agropecuarias*. Gaceta Oficial de la República de Cuba, Edición Ordinaria No. 63.
- Cruz Montesino, Y., Menoya Zayas, S., & Bosmenier Cruz, R. (2019). Diagnóstico de la protección al consumidor en la Empresa de Comercio Minorista Pinar del Río. *Universidad y Sociedad*, 11(5), 42-53. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1341>
- Cruz Reyes, J., & Piñeiro Harnecker, C. (2011). Una introducción a las cooperativas. En *Cooperativas y socialismo. Una mirada desde Cuba* (pp. 31-54). Caminos. https://www.researchgate.net/publication/301688439_Cooperativas_y_Socialismo_Una_Mirada_desde_Cuba
- Díaz López, A., Santana Santana, L., & Torga Hernández, N. (2020). Enseñanza del Derecho Cooperativo y Educación Cooperativa. ¿Un par dialéctico? *Cooperativismo y Desarrollo*, 8(1), 7-18. <http://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/225>

- Hernández Ruiz, A. D. (2002). *Concepción integral para un sistema de protección del consumidor en Cuba* [Doctorado]. Universidad de La Habana.
- Ministerio de Comercio Interior. (2018). *Resolución No. 54 de la Ministra de Comercio Interior sobre las Indicaciones para la organización y ejecución de la protección al consumidor en el sistema de comercio interno*. Gaceta Oficial de la República de Cuba, Edición Extraordinaria No. 26.
- Odriozola Guitart, S., & Palma Arnaud, A. R. (2018). Cooperativas no agropecuarias en el sector de la construcción en La Habana: Un análisis de su gestión. *Economía y Desarrollo*, 159(1), 80-96.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842018000100006
- Ojeda, N. (2018). Los consumidores en el Código Civil cubano: ¿protagonistas o actores de reparto? En L. Pérez Gallardo, *El Código civil cubano... , 30 años después* (pp. 280-295). Ediciones ONBC.
- ONU. (2001). *Directrices para la protección del consumidor*. A/C.2/54/I.24. Organización de Naciones Unidas.
<https://unctad.org/es/Docs/poditccclpm21.sp.pdf>
- Ponce Ceballos, F., Perugorria Noval, D., & Salgado Borges, R. (2015). Las Cooperativas no Agropecuarias en la actividad de los servicios técnicos, personales y de uso doméstico en la provincia de Pinar del Río: Desarrollo, limitaciones y propuestas para perfeccionar su gestión. *Cooperativismo y Desarrollo*, 3(1), 81-92.
<http://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/107>
- Rivera Gort, J. J., & Rodríguez Musa, O. (2015). Historia y realidad jurídica de la cooperativa en Cuba: Aproximación desde la experiencia práctica a las noveles cooperativas agropecuarias en Pinar del Río. *Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo*, 49, 195-222.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5287912>
- Rodríguez Musa, O. (2017). *La Constitucionalización de la Cooperativa. Una propuesta para su redimensionamiento en Cuba*. Vincere.
<https://www.vincereeditora.com.br/la-constitucionalizacion-de-la-cooperativa>
- Santos, M. (2017). La protección al consumidor, un componente dinamizador de la cultura de la calidad en la economía cubana. En H. Marquetti, *Administración pública y derecho local*. Editorial UH.

Conflicto de intereses:

Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

Contribución de los autores:

Los autores han participado en la redacción del trabajo y análisis de los documentos.



Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional

Copyright (c) Yoandry Cruz Montesino, Reinier Bosmenier Cruz, Sandys Menoya Zayas