



# LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CUBA: RETOS Y POSIBILIDADES.

MSc., Lic., Alma Delia Hernández Ruiz. Centro de Estudios de Técnicas de Dirección. (CETED). Facultad de Contabilidad y Finanzas. Universidad de La Habana.

Desde la temprana fecha del 22 de enero de 1960, en Cuba se promulgó la Ley 697 de Protección del Consumidor, cuya finalidad era evitar el encarecimiento injustificado de la vida, impedir toda forma de especulación mercantil, y que los vendedores privados se aprovecharan de la escasez de mercancías, elevaran indiscriminadamente los precios de los productos o los acapararan, en espera de la oportunidad más apropiada para venderlos a un alto precio. Con ello se daba respuesta a la máxima gubernamental de dirigir todas las fuerzas a mejorar la calidad de vida del pueblo. Con la posterior socialización de la propiedad privada, esta ley se hizo obsoleta.

Luego, durante tres décadas - los años 60, 70 y 80 -, el mercado cubano se caracterizó por:

- Distribución equitativa de los productos que conforman la canasta básica entre todos los miembros de la sociedad.
- Existencia predominante de una sola forma de propiedad.
- En la capital y las principales ciudades del país se distribuyen los productos empaquetados.

Estos elementos posibilitaron un estado de protección de los consumidores, basada en la formulación de un abundante número de disposiciones legales. Los principales documentos legales se presentan en la siguiente tabla.

**Tabla 1. Documentos legales que respaldan la protección de sus ciudadanos como consumidores.**

	Contenido relacionado con la protección a los consumidores
Constitución de la República. Aprobada el 24 de febrero de 1976.	Fundamentos políticos, sociales y económicos, entre ellos: satisfacer cada vez mejor las necesidades materiales y culturales de los ciudadanos. Recoge una serie de derechos de las personas, manifiestos del ánimo de proteger a la población y cubrir sus necesidades básicas (artículo 39: derecho a la educación; artículos 40 al 43: a la igualdad; artículos 46 al 48: a la seguridad social; artículo 49: a la salud, entre otros). Se destaca el artículo 63: todo ciudadano tiene derecho a dirigir quejas y peticiones a las autoridades para recibir la atención o respuestas pendientes y en plazo adecuado conforme a la ley.

Código Penal. En vigor desde 1979.	Sanciona conductas o reprime a los que practiquen el engaño al consumidor, establece en su artículo 227 modificado, sanciones de privación de libertad de seis meses a dos años o multas de trescientas a mil cuotas al que: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Venda o ponga a la venta al público artículos incompletos en su composición o peso o deteriorados o en mal estado de conservación.</li> <li>• Cobre mercancías o servicios por encima del precio o tarifas aprobados por la autoridad u organismo competente, oculte mercancías al público o niegue injustificadamente, los servicios que se prestan en la entidad.</li> </ul>
Decreto Ley #175 Modificativo Código Penal. Emitido el 26 de junio de 1997	Incorpora los siguientes elementos sancionables al que: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Omite adoptar medidas para evitar la sustracción, el extravío, el deterioro o la distribución de bienes, o parte de ellos, que le entreguen los usuarios del servicio a los efectos de su prestación.</li> <li>• Oculte mercancías al público o niegue injustificadamente los servicios que se prestan en por de la entidad.</li> <li>• Venda, ponga a la venta, tenga en su poder con el propósito de traficar, elabore, disponga para la exportación, exporte o importe un producto industrial o agrícola con indicaciones de calidad o designación, de manera que no corresponda al producto.</li> <li>• Utilice ilegalmente, marca, modelo industrial o patente, en algún producto.</li> </ul>
Código Civil 16 de julio de 1987.	Sustituye el Código Civil Español del 24 de julio de 1889; contiene alrededor de 971 cambios dentro de los cuales, algunos aspectos están destinados a ofrecer a la población las garantías inherentes Legislación Civil en materia de prestación de servicios.

**Fuente: Elaboración propia a partir de documentos consultados.**

Durante esos años, la sociedad no estuvo libre de problemas de violación de los derechos de los consumidores, pero éstas no llegaron a niveles elevados. Para contrarrestarlas, la población contaba con diversas vías, como las que se presentan en el Anexo 1.

Estas vías tradicionales - a través de las cuales la población presenta problemas de consumo y de otra índole - comenzaron a ser inoperantes en materia de protección de los consumidores; las quejas de la población se incrementaron y también su insatisfacción con el tratamiento que se daba a sus quejas.

Las máximas esferas gubernamentales coincidían con la opinión de la población en torno a esta problemática. Por ello, en el país, desde 1995 "...se viene trabajando para conferir mayor coherencia y efectividad al sistema de atención a la población, pues eran evidentes múltiples fisuras, desde la lentitud, burocratismo, hasta la falta de seriedad y profundidad en muchas respuestas". (Mayoral, María Julia, 1999).

En relación con la relación de intercambio, es de señalar que en la década de los años 90 las condiciones existentes en el mercado

cubano sufrieron diversas y sustanciales transformaciones, a saber:

- La ampliación de las manifestaciones de propiedad concurrentes.
- El cese del monopolio de la importación de bienes en las empresas del Ministerio de Comercio Exterior, incrementándose el número de empresas que ejercen esta función.
- El incremento sustancial de la red de tiendas minoristas tanto en moneda nacional como, y principalmente, en moneda libremente convertible.
- La existencia de una oferta de productos en las tiendas en divisas que, en ocasiones, replica patrones de consumo que no necesariamente responden a la satisfacción de las necesidades básicas de los miembros de la sociedad ni a la formación en estos de hábitos de consumo racionales y responsables.
- Como consecuencia del "período especial", la venta a granel de muchos productos en las tiendas que venden en moneda nacional.
- La permanencia de múltiples servicios a la población que mantienen formas rudimentarias en sus prestaciones, en materia de atención y orientación al cliente.

- La actuación del personal de contacto, que, por falta de política al respecto y de su correspondiente formación, continúa realizando un trato impersonal y no orientado a la creación de satisfacciones en el consumidor durante el acto de compraventa.
- La falta de cultura de suministro regular de información a los consumidores y de solicitud por estos, de información sobre los diversos productos y servicios.

La falta de cultura de suministro regular a los consumidores y de solicitud por estos, de la presencia de estos elementos en el mercado agudizó el problema de la desprotección de los consumidores, pues si bien, antes de la diversificación del mercado existían aspectos que la provocaban, hoy día la desprotección se ha incrementado sustancialmente, y los consumidores la perciben de forma creciente en las acciones de compraventa, lo que condiciona la necesidad de crear mecanismos más eficaces para proteger y defender a los consumidores bajo las nuevas condiciones.

### **Percepción de los cubanos sobre sus derechos como consumidores.**

En una investigación realizada en las provincias de Ciudad de La Habana y Villa Clara en el año 2000, dirigida a determinar el conocimiento de la población acerca de sus derechos como consumidores y su percepción sobre el respeto a los mismos en las diversas entidades a donde acudían a adquirir bienes o recibir servicios, se obtuvieron interesantes resultados, que se muestran a continuación. Las características de la población encuestada aparecen en el Anexo 2.

Elementos relevantes de la investigación:

- La población tiene la percepción de que sus derechos no son respetados, independientemente del mercado de que se trate y de la moneda que se emplee.

- Gran parte de la población no está informada acerca de los derechos universales de los consumidores. Generalmente, las respuestas a la pregunta al respecto se responden con los acostumbrados elementos que esperan recibir en cuanto a servicio (buen trato, no ocultamiento de productos, no alteración de los precios, atención rápida, etc.)
- Sin embargo, a pesar de que la población desconoce los derechos reconocidos internacionalmente para los consumidores, percibe claramente que en la relación de intercambio está siendo objeto de determinados abusos por parte de los vendedores, pues la no existencia de una entidad que ágilmente dé respuesta a sus demandas, provoca la indefensión de los consumidores.
- Las quejas son otro elemento a destacar. Muchas de las personas reflejaron anécdotas negativas respecto a la atención recibida; sin embargo, aducen que cuando se han quejado, en la mayoría de las ocasiones sus quejas no han sido tenidas en cuenta con la fuerza requerida, no se les ha atendido bien y no han recibido satisfacción alguna.

Los aspectos anteriores -a partir de la percepción de los consumidores- ponen de manifiesto que los mecanismos, hasta ahora existentes, no han sido eficaces en materia de protección y defensa de los consumidores.

El estudio referido develó la necesidad actual de establecer en Cuba mecanismos que funcionen eficazmente y en conciliación, a fin de garantizar la protección de los derechos de los consumidores, pues a pesar de existir diversas vías para efectuar quejas y reclamos, éstas, al no estar en sistema, no contribuyen a que el dispositivo creado para la protección del consumidor, genere satisfacciones y haga que los consumidores se sientan satisfechos con la labor que las diversas entidades realizan a su favor.

Por otra parte, hasta ahora, no se había desarrollado una labor conducente a fomentar una cultura de consumo racional y sustentable en la población, tampoco se han tomado medidas para llevar a cabo una campaña masiva de educación de la población en materia de consumo. Por otra parte, existen falencias en el suministro de suficiente información sobre los productos y servicios que se ofrecen en el mercado, entre otros elementos.

Por ello, el país necesita asumir todas las aristas de la protección del consumidor engarzadas sistémicamente, papel que le corresponde al Sistema de Protección del Consumidor y a su órgano rector, la Dirección de Protección del Consumidor, creada a finales de 1999.

Es por ello que, hoy día se desarrollan trabajos encaminados a fomentar una cultura de protección de los derechos de los consumidores. Para ello, la Dirección de Protección del Consumidor trabaja en la creación de los mecanismos necesarios en esta temática y fomenta las bases para que, en el año 2005, el país posea una ley para la protección de los consumidores, pues es obvio que estos mecanismos no podrán ser efectivos si no cuentan con respaldo legal; de la misma forma que la ley necesita de los mecanismos para su operatividad.

El documento "Lineamientos Estratégicos hasta el año 2005 para la Implementación de la Protección del Consumidor" (Dirección de Protección del Consumidor del Ministerio de Comercio Interior, Enero de 2001), puede considerarse como el preámbulo para la futura ley cubana de protección del consumidor, aspecto en el que se deberá continuar trabajando fuertemente, pues lo reglamentado hasta el momento necesita múltiples desarrollos a fin de abarcar todas las aristas que debe contener una ley de protección del consumidor.

En el Anexo 3 aparece una comparación entre los elementos que aparecen en el documento de referencia y su compatibilidad con los contenidos de las leyes de un grupo de países latinoamericanos.

En este sentido, en el análisis de las leyes de los países latinoamericanos seleccionados, se han reflejado las regularidades respecto a la protección del consumidor que se encuentran en las leyes estudiadas, con el propósito de analizar lo que refleja el documento elaborado por la Dirección de Protección del Consumidor y detectar, por una parte, los elementos que ya poseen un determinado desarrollo en el país, muchos de los cuales han tenido estos años un importante desarrollo independientemente de que no exista aún una ley de protección del consumidor en Cuba, por otra parte, aquellos que están ausentes en nuestra sociedad y que requieren de una pronta atención por las entidades que tienen el encargo estatal de desarrollar el Sistema de Protección del Consumidor en Cuba y finalmente, aquellos que no tienen lugar en las condiciones cubanas.

### **Factores que favorecen la rápida implantación del Sistema de Protección del Consumidor en Cuba.**

La estructura gubernamental cubana permite la modelación de entidades que abarquen todas las aristas que conlleva la protección del consumidor, no siendo descartable que determinadas organizaciones estatales, que poseen actualmente otro objeto social, asuman algunas funciones en esta temática.

La modelación de un Sistema de Protección del Consumidor precisa que se cuente con un conjunto de elementos que faciliten su adopción por parte de la sociedad. En el caso de Cuba es posible llevar a vías de hecho un sistema de esta naturaleza ya que el desarrollo alcanzado por nuestra sociedad posibilita la existencia de determinadas condiciones, necesarias para su

establecimiento, entre las que pueden señalarse los elementos siguientes:

- Desarrollo educacional y cultural de la población.
- Sistema Nacional de Educación.
- Estructura Nacional de los Organos del Poder Popular.
- Amplia existencia de instituciones científico técnicas.
- Experiencia en el desarrollo de campañas de bien público.
- Desarrollo de las comunicaciones.

**Desarrollo educacional y cultural de la población.** Uno de los más importantes logros de la Revolución Cubana es el énfasis puesto en, primero la alfabetización de la población iletrada y después, de manera constante, la elevación del nivel educacional y cultural de toda la población. Este es un elemento clave en el desarrollo de cualquier tarea que recabe la rápida asimilación de los conocimientos necesarios para llevarla a cabo. Por tanto, esta condición además de básica, es importante para la rápida inserción del Sistema de Protección del Consumidor en Cuba.

La prensa plana puede también desempeñar un rol importante en la difusión de los derechos de los consumidores y de las acciones que se llevan a cabo a favor de esta protección, así como detectar y difundir violaciones de estos derechos. Para ello es necesario que los periodistas sean capacitados en materia de protección del consumidor, toda vez que, por su importante papel como difusores de ideas, de no estar preparados para ello, en lugar de formar en la población una cultura de derecho de consumo, pueden contribuir a la confusión de ésta.

**Sistema Nacional de Educación.** Este sistema alcanza a toda la población, incluyendo a aquellas comunidades ubicadas en las más intrincadas zonas rurales del país; tal condición permite la

inclusión de los contenidos correspondientes a la Educación del Consumidor en todo el sistema de escuelas primarias, secundarios y de enseñanza media superior, con la finalidad de formar en las futuras generaciones hábitos racionales y responsables de consumo, así como educarlos en materia de protección del consumidor. Un experimento realizado en una escuela primaria de Santa Cruz del Norte (Pérez y Sutil, 2000) da fe de las posibilidades de asimilación en edades tempranas de los elementos básicos para la formación de consumidores responsables.

**Estructura Nacional de los Organos del Poder Popular.** Desde su creación en 1976, los Organos del Poder Popular alcanzan a todos los territorios del país ejerciendo la representación directa de la población; con tal propósito se han establecido los mecanismos necesarios para encauzar las quejas, reclamos y sugerencias de las personas hacia los niveles correspondientes, a pesar de las insuficiencias actuales en su funcionamiento.

Sin embargo es importante puntualizar que, desde 1995 se viene trabajando en mejorar la forma de canalizar más eficazmente los puntos de vista de la población a todos los niveles, para ello fueron creados, aunque sin tener creadas todas las condiciones para ello, en ese propio año, los Departamentos de Atención a la Población, que existen a todos los niveles de gobierno.

**Amplia existencia de instituciones científico técnicas.** Es conocido que Cuba posee un alto desarrollo en la ciencia y la técnica, producto del énfasis puesto en su desarrollo en las últimas cuatro décadas. Esta situación posibilita que muchas entidades que cuentan con un alto potencial científico técnico, y que en la práctica ya asumen tareas en el campo de la medición, control, experimentación, etc. de productos y servicios; así como otros con posibilidades que puedan sumarse a esta tarea, con su accionar, contribuirían a garantizar la

validación de las características de los productos y servicios que se presentan en el mercado y dar fe de que estos no perjudicarán a los consumidores.

En estas circunstancias, las acciones que en otros países son asumidas por entidades no gubernamentales, tales como test comparativos de calidad entre productos, análisis de la correlación precio-calidad, investigaciones sobre características y composición de productos etc., pueden asumirse por entidades científicas existentes en nuestro país, de manera que sus potencialidades se pongan en función, entre otros elementos, de que el consumidor reciba prestaciones más seguras, ejerciendo un control previo sobre los productos y servicios que entran al proceso de la circulación. De esta forma sirven de importante complemento a la actuación de las oficinas que directamente atenderán los reclamos de la población.

De acuerdo a lo anteriormente señalado, la dotación de instituciones científicas cubanas puede garantizar que la protección de los consumidores se lleve a cabo en el país sobre bases científicamente argumentadas.

**Experiencia en el desarrollo de campañas de bien público.** Cuba posee una vasta experiencia en el desarrollo de campañas de bien público<sup>39</sup>, lo que puede aprovecharse en aras de fomentar el conocimiento de la población, por vías no formales, del alcance de sus derechos como consumidores, cómo actuar ante la infracción de estos por parte de un vendedor, el papel que desempeñan las entidades del Sistema de Protección del Consumidor, donde encontrarlas, entre otros elementos.

En este contexto, la efectiva realización de una campaña permanente de bien público en materia de protección del consumidor,

---

<sup>39</sup> Buenos ejemplos de campaña de bien público son las campañas dedicadas a la lucha contra el SIDA, a la convivencia social, al ahorro de energía, la atención a la niñez, etc.. (Nota de la autora).

puede contribuir en gran medida al logro de los objetivos y propósitos del Sistema de Protección del Consumidor en Cuba, fomentando la cultura del respeto y defensa de los derechos de los consumidores y que estos, conociéndolos, sean sus propios defensores y se conviertan en consumidores racionales y conscientes.

**Desarrollo de las comunicaciones.** El país cuenta con una red telefónica nacional en franco crecimiento, un sistema de correos también a escala nacional y una alta tenencia de receptores de radio y televisión en la población.

Estos tres elementos de comunicación son básicos para llegar a escala de todo el territorio nacional con mensajes tanto de bien público como educativos y también la población puede hacer uso de ellos para encauzar sus inquietudes y quejas hacia las instituciones dedicadas a su protección, además de personarse en estas.

Los elementos anteriormente señalados permiten señalar que en Cuba existen las condiciones básicas para el establecimiento de un Sistema de Protección del Consumidor. El problema está en saber como hacerlos funcionar en sistema de manera que tributen a la protección de los consumidores y aprovechar sinérgicamente sus efectos individuales en aras de que el Sistema de Protección del Consumidor ejerza su efecto positivo sobre la sociedad.

Por supuesto que mucho queda por hacer en términos de educar a la población como consumidora y organizar toda la red de entidades que protejan y defiendan a los consumidores. Sin embargo, es importante finalizar este trabajo reconociendo el surgimiento reciente de las Oficinas Experimentales de Protección del Consumidor, creadas en 2 municipios de esta capital con el propósito de analizar su funcionamiento, entidades que deberán estar sometidas a un proceso continuo y

permanente de mejoramiento de sus prestaciones a la población a fin de que ésta se sienta cada día más segura como consumidora.

### **Bibliografía.**

- Ley 24.240. Ley de Defensa del Consumidor. Argentina, 1993
- Ley Federal de Protección del Consumidor. México, 1992.
- Ley N° 7472. Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, Costa Rica, 2000.
- Ley de la Protección al Consumidor de Panamá, 1992.
- Ley de Protección del Consumidor de Brasil, artículo 15, 1990.
- Ley N° 19.496. Ley de Protección del Consumidor. Chile, 1997.
- Ley (Decreto N°666) de Protección del Consumidor. El Salvador, 1996.
- Ley de Protección del Consumidor. Uruguay, 1999.
- Ley de Protección del Consumidor. España, 1995.
- Ministerio de Comercio Interior. Dirección de Protección del Consumidor. Lineamientos Estratégicos hasta el año 2005 para la Implementación de la Protección del Consumidor. Enero de 2001.
- Pérez, Mayra y Milaydis Sutil. La Educación de Consumo. Vía primordial para formar consumidores responsables. Experiencia en una escuela primaria de Santa Cruz del Norte.
- República de Cuba. Constitución de la República.
- República de Cuba. Código Civil.
- República de Cuba. Código Penal.
- República de Cuba. Decreto Ley #175 Modificativo del Código Penal. 📖

## **Anexo 1. Vías tradicionales que emplean los ciudadanos cubanos para formular sus quejas, inquietudes y recomendaciones.**

- Las Asambleas de Rendición de Cuentas del Delegado del Poder Popular de la Circunscripción o atendidos en privado por este Delegado. Este representante del pueblo está facultado por la Constitución de la República para reclamar y exigir el respeto de los derechos de la población.
- La Fiscalía General de la República y las Consultorías Legales, atienden las quejas y dan consultas a los ciudadanos.
- En los Consejos de la Administración Municipal y en las empresas enclavadas en los diferentes territorios, se establecieron los Departamentos de Atención a la Población<sup>40</sup>, lugar a donde los ciudadanos pueden acudir a presentar sus quejas, reclamaciones y planteamientos.
- Las Oficinas de Atención a la Población del Partido Comunista de Cuba, a todas sus instancias. La población acude a estas instancias a formular sus quejas por la actuación de las diferentes entidades públicas que le prestan servicios. Al respecto, del Comité Central del PCC publicó las estadísticas siguientes: "...Durante 1998, solamente el Partido, contando desde los municipios hasta el Comité Central, recibió 73 045 planteamientos de la población. (...) Dentro de ese universo, las quejas y denuncias –21 828- representaron un 31,29 por ciento" (Mayoral, María Julia, 1999). Y añade que el 96% de los casos "...se refirió a asuntos de competencia directa del Poder Popular y las direcciones administrativas", lo que denota por una parte "...la confianza de los cubanos en el Partido y otra, no menos cierta, que aún persisten notables fallas en la manera en que son atendidos los reclamos de las personas, fundamentalmente por el aparato administrativo" (Mayoral, María Julia, 1999).
- Los medios de comunicación masivos son otra vía empleada por la población para emitir sus quejas.

---

<sup>40</sup> Homologados en el nivel provincial y el nacional. (Nota de la autora).



## **Anexo 2.**

### **Características de la población encuestada:**

- Se entrevistaron 800 personas.
- La mayor parte de la población encuestada pertenece al grupo etáreo comprendido entre los 31 y 40 años.
- El grupo mayoritario de personas posee nivel educacional superior (35,5%).
- El mayor número de encuestados corresponde al sexo femenino (63,4%).
- De las 384 personas que dijeron conocer sus derechos, solo 28 los conocen realmente, y el resto (mayoría del grupo), conoce los derechos que se muestran en los establecimientos comerciales (306).
- La mayoría de estas personas (56,8%) afirma que las entidades que prestan servicios a la población, no respetan sus derechos como consumidores.
- La mayoría de las personas que dijeron conocer sus derechos, tienen edades que oscilan entre los 20 y 30 años y son universitarios.
- La mayoría de las personas refirieron anécdotas negativas sobre la atención recibida en algún establecimiento.
- De las personas que han recibido un mal servicio, el 58% se ha quejado alguna vez.
- A la mayoría de las personas que se han quejado alguna vez, no se les ha atendido bien y no han recibido satisfacción alguna.
- De los encuestados que dicen que las entidades respetan sus derechos, 62 refirieron anécdotas negativas y 14 positivas.
- De los que consideran que no respetan sus derechos, 260 refirieron anécdotas negativas.
- De los que respondieron que conocían algunos derechos, 94 reflejaron anécdotas negativas y solo 14, positivas.

**Anexo 3. Comparación entre los elementos contenidos en las leyes latinoamericanas de Protección del Consumidor y en los Lineamientos Estratégicos hasta el año 2005 para la Implementación de la Protección del Consumidor.**

<b>Aspectos contenidos en las Leyes de países latinoamericanas seleccionados.</b>	<b>"Estado actual" del aspecto en los Lineamientos Cuba</b>
1. Objetivos de la elaboración de la Ley de Protección del Consumidor	No existe ley, por tanto no aparece el objetivo de ésta. Sin embargo se define el alcance del Sistema de Protección del Consumidor, su misión y los órganos de rectoría y órganos rectorados.
2. Entes involucrados	No se presentan de forma explícita, aunque en el documento elaborado anteriormente, estos elementos si se definen.
3. Ámbito de aplicación	Se define el ámbito de aplicación, aunque no se declara el objetivo de los lineamientos. Los extranjeros no se incluyen en el conjunto de consumidores que cubren estos lineamientos.
4. Derechos y deberes de los consumidores. Deberes de los proveedores.	<b>Se presentan los 9 derechos y los 6 deberes de los consumidores.</b>
5. Organismo Estatal que velará por la defensa y protección de los consumidores y sus funciones	<b>Existe la Dirección de Protección del Consumidor en el MINCIN.</b>
6. Educación de los consumidores	Se aborda insuficientemente.
7. Información a los consumidores	En los deberes de los proveedores se explica el papel que estos deben desarrollar para informar a los consumidores acerca de diversos acápite.
8. Regulación de la publicidad	No se aborda este aspecto, en tanto no está aprobada la existencia de publicidad comercial a gran escala en Cuba.
9. Oferta de bienes y servicios	No se aborda este aspecto.
10. Protección contractual	No se aborda este aspecto.
11. Operaciones de crédito	En Cuba no se otorgan créditos comerciales a los consumidores finales.
12. Responsabilidad del proveedor	Aparecen los 12 deberes de los proveedores.
13. Productos nocivos o peligrosos	No se desarrolla este aspecto, pero existen regulaciones del Ministerio de Salud Pública al respecto y un conjunto de instituciones dedicadas a estudiar y testear los productos.
14. Multas a aplicar a los violadores	No se desarrolla este aspecto, aunque existen leyes que establecen los procedimientos a seguir.
15. Sanciones no monetarias	No se aborda este aspecto.
16. Arbitraje de Consumo	<b>Debe poseer más desarrollo, pues lo que aparece en los lineamientos es impreciso y poco claro.</b>
17. Defensa en juicio de los derechos de los consumidores	<b>Base legal de la protección del consumidor: se plantea qué deberá estar, pero nada de ello existe todavía: es necesario que se dicten determinados instrumentos legales mientras tanto para que pueda ser efectiva la protección del consumidor</b>
18. Asociaciones de consumidores	En Cuba no está prevista la existencia de asociaciones de consumidores.