

# Se puede

vivir en **ECOPOLIS**

\$ 2.00



## Conservación de las cavernas

Pasado, presente y futuro de la protección de los consumidores...

La colaboración de FACUA-Consumidores en Acción...

Principales resultados de investigación sobre protección al consumidor en Cuba...

Experiencias de un sistema de protección...

Antecedentes sobre la protección al consumidor en Cuba



FUNDACIÓN  
ANTONIO NÚÑEZ JIMÉNEZ  
DE LA NATURALEZA Y EL HOMBRE



Consumo

# CONTENIDO

Editorial	3
Conservación de las cavernas	4
Mucho más que un city tour	9
Pasado, presente y futuro de la protección de los consumidores...	12
La colaboración de FACUA-Consumidores en Acción...	16
Principales resultados de investigación sobre protección al consumidor en Cuba...	21
Experiencias de un sistema de protección al consumidor...	26
Antecedentes sobre la protección al consumidor en Cuba	31
Necesidad de un consumo sostenible para la preservación...	37
Nuestro quehacer	40
A lápiz	41
Entretenimientos	42

***Se puede***  
*vivir en ECOPOLIS*  
Año 17, Número 45

**Revista trimestral editada por:**

Fundación Antonio Núñez Jiménez  
de la Naturaleza y el Hombre

**ISSN #0138-8975**

**Redacción:** 5ta. B Núm. 6611,  
e/ 66 y 70, Miramar, Playa,  
La Habana, Cuba

**Teléfono:** (53) 7209-2885/33/87  
7204-2985

**email:** sepuede@fanj.cult.cu

**Directora:** Liliana Núñez

**Edición:** Rosario Esteva

**Consejo Editorial:**

Ángel Graña, Armando Fernández,  
Cary Cruz, Janet Díaz, Reinaldo  
Funes, Yociel Marrero, Roberto  
Pérez, Roberto Sánchez y Roxana  
Villalba

**Ilustraciones:** Juan Claudio Prieto

**Diseño, emplane y composición:**

Carlos A. Talavera Coronel

**Impreso:** 2017

**Se puede:** La edición de esta revista ha sido posible gracias a la colaboración de: FACUA-Consumidores en Acción.

Las opiniones expresadas en los artículos son responsabilidad de los autores. Las opiniones de la revista se expresan en sus editoriales.

## Queridos lectores:

Hace muchos años, el Dr. Antonio Nuñez Jimenez aquilató la importancia del consumo y el comportamiento de los consumidores para la protección real del Medio Ambiente, así como las labores por salvar nuestro planeta. Con este propósito, fundó el Programa "Medio Ambiente y Consumo" en la Fundación de la Naturaleza y El Hombre que hoy lleva su nombre y se nucleó de especialistas de probada experiencia, quienes han desarrollado disímiles actividades educativas y acciones prácticas en estos casi 20 años.

Compartir experiencias y dejar evidencias de los resultados de un trabajo colectivo es la intención de este número de la revista *Se Puede*. Con esta publicación, podremos conocer los conceptos fundamentales que han sostenido nuestra labor y el trabajo realizado por diferentes instituciones de Cuba y España para promover la protección de los consumidores y la comprensión de la necesidad de un consumo sustentable para los futuros inmediatos de Cuba.

En este camino, tuvo un papel fundamental la organización FACUA y su presidente, Francisco Sánchez Legrán, los que en todo momento presentaron propuestas renovadoras para mantener vivo el tema "Medio Ambiente y Consumo" en los difíciles momentos por los que atravesaba Cuba en la década de los 90. Hoy se pueden mostrar resultados apreciables gracias a la participación de instituciones académicas, científicas, gubernamentales, organizaciones de masas y comunitarias en el proceso –aún inconcluso– de concientización que hemos venido implementando sobre la importancia de estos temas. Es también una oportunidad para homenajear al incansable Dr. Waldo Argüelles, quien tantos esfuerzos dedicó a la difusión de estos conocimientos entre los jóvenes.

Sirva este número de la revista *Se Puede* para motivarnos a todos y disponernos a transformar nuestros estándares de consumo en función de contribuir a un desarrollo armónico de nuestro país. ■

La Habana, Febrero de 2017

# Conservación de las cavernas



Antonio Núñez Jiménez

## LA VUELTA A LAS CAVERNAS

En los últimos años, las cuevas han despertado tal interés que se han convertido en frecuente escenario de visitas, exploraciones, estudios e investigaciones científicas y, sobre todo, y desgraciadamente en lugar para la práctica de un deporte, conceptualizado como *alpinismo al revés*.

Vivimos los tiempos de una cierta vuelta del Hombre, a la caverna, aunque con propósitos bien diferentes a los de las horas primitivas. Recordemos que después de la milenaria ocupación de las grutas por los prehistóricos, las viejas espeluncas fueron abandonadas cuando, gracias a con-

diciones climáticas favorables, retornó a los bosques hace miles de años. Y solo volvió a las grutas atraído por el interés científico durante la Antigüedad Clásica. Así, Aristóteles bajó a algunas cavernas de Grecia, para estudiar con gran curiosidad los lagos y los ríos subterráneos; Séneca, en el primer siglo de Nuestra Era, creyó que el aire de las cavernas se condensaba y que luego se transformaba en agua; y Lucrecio suponía que en el interior de los antros rocosos se desataban tales tempestades de viento que provocaban desplomes internos, los que a su vez originaban los terremotos.

Durante la Edad Media, las cavernas se convirtieron en lugares de leyenda, y muchos pueblos creían que a los infiernos se

iba por las grutas y los abismos, hasta que con el advenimiento del Renacimiento, las cuevas volvieron a ser motivo de estudios más o menos científicos.

## LA ESPELEOLOGÍA

A fines del siglo XIX, en 1895, se fundó la primera Sociedad Espeleológica del mundo, en Francia, gracias a los esfuerzos del padre de la Espeleología, Eduardo Martel, quien estudió las cuevas y ríos subterráneos, donde hizo valiosos aportes a la hidrología subterránea.

A todo lo largo del Siglo XX, la Espeleología se ha convertido en una vigorosa ciencia practicada en numerosos países. Pasaron del centenar las sociedades nacionales de esta ciencia y cientos los Espeleo-Clubes, así como las organizaciones deportivas para visitar y explorar las cavernas.

## ALTO A LA DESTRUCCIÓN DE LAS CUEVAS

Esos esfuerzos de exploradores y científicos, realizados con el noble propósito de acrecentar el conocimiento de nuestro Planeta, contradictoriamente, van resultando perjudiciales para la conservación de las espeluncas: su destrucción, sobre todo, por los que no han comprendido el medio delicado de los subterráneos y los tesoros biológicos, geológicos, paleontológicos y arqueológicos, sobre todo, de las formaciones mineralógicas, sin contar aquellas cavernas que por su valor histórico deberían cuidarse como reliquias de la Patria.

Son ya varias las voces responsables que han comenzado a manifestar una pre-

ocupación, de tal modo que no solo hay temor por los tesoros que guardan, sino por la existencia de las cavernas en sí, porque son muchos los casos en que han sido severamente dañadas debido al desconocimiento y falta de preparación de los que han hecho de las cuevas teatro de sus correrías, diversiones y deportes. Porque las grutas son accidentes naturales donde los daños cometidos son irreparables. Esto es así por la delicadeza de las formaciones mineralógicas, como las helicitas cristalinas, las finas estalactitas y los frágiles cristales que se han desarrollado con el lento paso del tiempo, en el medio tranquilo de los espacios subterráneos.

En las cuevas existe un medio biológico donde habitan rarísimas especies zoológicas, algunas de ellas llamadas "fósiles vivientes", que al quedar aisladas de la cambiante atmósfera exterior hace miles de años han conservado ciertas y muy especiales características, gracias al ambiente casi estático del interior de las grutas que, por lo tanto, constituyen importantes laboratorios para investigaciones y estudios biológicos.

Los exploradores de cavernas sin preparación técnica ni científica, a menudo han dañado este medio y destruido así para siempre especímenes exclusivos de una determinada cueva. Pocos visitantes de cuevas conocen que dejar restos de comida o desperdicios de las lámparas de carburo o cualquier otro elemento extraño a las grutas, a veces producen tal alteración en ellas que pueden dar muerte a algunas de las especies de la fauna cavernícola.

En el campo de la Arqueología y la Paleontología el daño también ha sido irreparable, porque aficionados de poca cultura han realizado excavaciones en los pisos de no pocas cuevas y extraído piezas y más piezas sin tener en cuenta la estratigrafía, perdiéndose así los importantes datos que hubieran arrojado estos restos de haberse extraído con una técnica adecuada para su ulterior estudio científico.

## **EL ARTE RUPESTRE**

Muchas pinturas prehistóricas, dibujos de interés verdadero para el mejor conocimiento de las culturas primitivas, han desaparecido bajo espesas capas de letreros, realizados por aquellos visitantes incultos que desgraciadamente desconocían su valor. Los inmensurables daños causados a las cuevas han sido propiciados en su mayoría por la excesiva publicidad que han recibido algunos estudios realizados en las mismas, pero especialmente por la divulgación de las exploraciones o aventuras subterráneas hechas por exploradores en las revistas de divulgación más o menos populares, que han atraído a su vez, como un poderoso imán, a miles de personas que han comenzado a practicar el deporte de las cuevas sin una previa preparación adecuada. Esta realidad negativa por el contrario ha provocado precisamente un vasto movimiento tendiente a llamar la atención sobre el daño que se viene cometiendo, ilustrando al vulgo acerca del valor científico de las cuevas, campaña que ya comienza a dar resultados positivos en algunos países.

## **PARA PROTEGER LAS CUEVAS DE CUBA**

En Cuba, a partir de 1996, se ha establecido por resolución del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente la obligatoriedad de obtener el correspondiente permiso para realizar exploraciones y estudios en cuevas.

En cuanto a los aficionados, debemos exponer que bien encauzados pueden brindar valiosísimos aportes al mejor conocimiento espeleológico. En Cuba, por ejemplo, se han creado numerosos grupos dentro de la Sociedad Espeleológica que ya han realizado una tarea seria y científica de la que mucho podemos esperar. En ellos podemos apoyarnos para continuar, profundizar y vigorizar, una campaña de protección de nuestras cuevas, lo que es verdaderamente plausible si tenemos en cuenta los daños ocasionados por personas incultas a los tesoros científicos de nuestras grutas. No son pocas las cuevas cubanas dañadas irreparablemente. Cualquier visitante de la Cueva de Bellamar podrá apreciar miles de formaciones cristalográficas destruidas por los turistas que quieren llevarse de allí un recuerdo en forma de una helictita o cualquier otra formación. El daño ha sido mucho más notable en las cuevas sin la relativa protección del turismo porque no hay ningún freno a la destrucción.

## **FARALLONES DE GRAN TIERRA DE MOA**

En 1979, tuvimos conocimiento del inminente peligro de desaparición de una de las zonas más interesantes de Cuba:

Los Farallones de Gran Tierra de Moa, del Grupo Orográfico Sagua-Baracoa, y que constituye como un oasis calizo marmóreo entre una región formada de serpentinita.

Los farallones están atravesados por la Caverna de Moa, una de las más notables de Cuba.

En la excursión realizada, comprobamos que ya se había construido una enorme tolva para procesar la piedra que se extraería de Los Farallones, así como también la carretera entre la planta niquelífera de Moa y la boca de aquella espelunca.

Al informar al compañero Fidel Castro del impacto ambiental que se produciría en Los Farallones de abrirse allí la cantera, estuvo de acuerdo en desmontar la tolva y paralizar la construcción de la carretera.

## **ALTO A LA ESPELEODESTRUCCIÓN**

Por otra parte, son muchos los que se sienten obligados a escribir con carbón o con el mechero de sus lámparas todo tipo de letreros en las paredes de las cuevas, y así fueron dañadas las enigmáticas pictografías de la cueva que hemos bautizado con el nombre de García Robiou, en las Lomas de Diago, no lejos de Catalina de Güines, en la provincia de La Habana; o los dibujos aborígenes de colores rojo y negro que abundan en las paredes y el techo de la Cueva de Ambrosio, cerca de Varadero, en Matanzas; o las más valiosas pictografías aborígenes del área de Las Antillas como son los dibujos de la Cueva Numero Uno de Punta del Este, en Isla de Pinos, donde

durante un cuarto de siglo un carbonero estuvo cocinando en el interior de la cueva, ahumando un gran sector del techo de la gruta, por lo que desapareció parte de su mensaje prehistórico; y posteriormente fueron decenas los visitantes, los que la pintarrajearon con sus nombres y cubrieron así aquellos dibujos de las tribus precolombinas de Isla de Pinos; o la casi total destrucción de los dibujos aborígenes postcolombinos de la Cueva de los Generales, en la Sierra de Cubitas, donde los indios pintaron valiosas escenas de su conquista por los españoles; o los petroglifos de la Caverna de la Patana, en el extremo oriental del país, donde gentes ignorantes han tallado sus nombres sobre las muestras de arte rupestre. Contra todo esto hemos realizado una campaña destinada a ilustrar al vulgo acerca del valor científico de nuestras cuevas.

## **LAS CUEVAS Y LA DEFENSA NACIONAL**

La importancia capital de los subterráneos en relación con la defensa militar de la Patria ha adquirido actualidad con la desaparición de los antiguos bosques que protegieron a los mambises durante las tres contiendas independentistas del siglo pasado. Igual ocurrió con nuestra Guerra de Liberación, librada fundamentalmente en la Sierra Maestra.

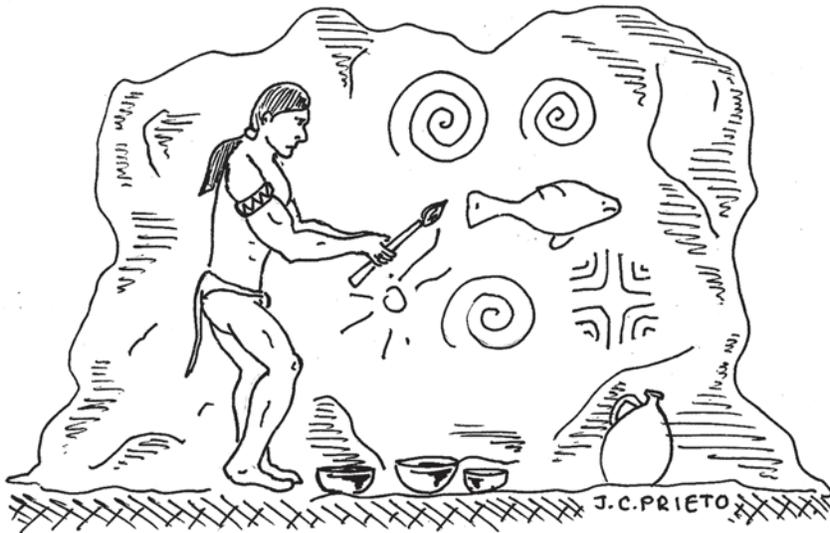
Ahora las extensísimas llanuras, taladas para dar paso a los cultivos, principalmente cañeros, hace que la existencia de las cuevas sea valorada estratégicamente para la defensa de la soberanía nacional. De ahí,

## Se puede

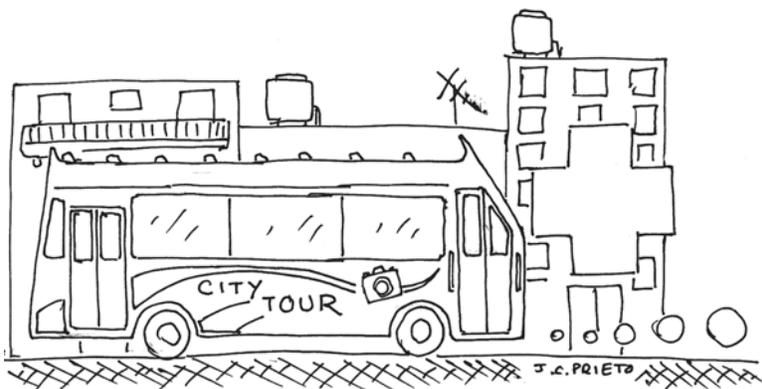
lo positivo del trabajo realizado por las Formaciones Especiales Espeleológicas de las Milicias de Tropas Territoriales en el concepto de la Guerra de todo el Pueblo y la vigilancia ejercida para que se cuide el Medio Ambiente subterráneo.

Es igualmente importante destacar la fundación de la Escuela Nacional de Espeleología en la boca de la Gran Caverna de Santo Tomás, Monumento Nacional, donde hasta hoy, junto a las escuelas pro-

vinciales de Espeleología, han pasado sus cursos más de 5 344 alumnos, todos educados en la campaña "Hacia una Cultura de la Naturaleza". Finalmente, también es importante destacar la acción de la Comisión Nacional de Monumentos en cuanto a la protección de nuestras más importantes cuevas, para lo cual ha dictado numerosas resoluciones que declaran Monumentos Nacionales y Locales a 84 espeluncas. ■



# Mucho más que un city tour



*José A. Martínez Coronel*

La primera ciudad está en la mente humana. Según como vea el mundo, así será la ciudad que construirá cada sociedad, y así será la ciudad que verá cada habitante de ese conglomerado urbano, la acepte o no.

Entonces, la segunda ciudad fue la cueva. Con el dominio del fuego, las nuevas habilidades y tecnologías para la caza, el Hombre necesitó salirse de la casa rocosa. Construyó sus primeras imitaciones de cuevas, aprendió a establecer incluso sobre el agua cuando concibió habitáculos sobre pilotes e intentó vencer el tiempo cuando empezó a domar la roca para colocar el muro, el techo, la vía, en el lugar exacto que quería.

Pero la ciudad también fue el inicio de la crisis ecológica actual, porque al nuclearse en polis-Estado, el Hombre creyó ser más poderoso que la Naturaleza, comenzó su camino de dejar de crearse Naturaleza y, lentamente, descentrar su concepción de lo divino creativo por una historia antropocéntrica hasta en la cosmogonía volitiva. Así que, en Roma, ser *ciudadano* era un orgullo, no todos lo eran, y se delimitaba así quién era del campo y quién de ese nuevo cuerpo llamado *civitas: ciudad*.

No extraña entonces que, al llegar los españoles a América, Europa tratase desde 1492 de adaptar a su mundo ese por ella nombrado Nuevo Mundo. Aparecen las *Nueva Orleans*, *Nueva España*, *Nueva York*, *Cartagena de Indias*, *Nuestra Señora*

de la Asunción de *Baracoa*, San Cristóbal de *La Habana*, San Julián de los *Giüines*, etcétera. Y las ciudades medievales, con su urbanismo en laberinto, son transplantadas a los vientos, temperaturas, humedad de los trópicos y del Ecuador, hasta que, con el siglo XIX, la crisis de poder español necesita reforzar su presencia política a través de una arquitectura neoclásica que se oponga al Romanticismo de la literatura y la pintura, como lo refleja en nuestro país el obvio trazado neoclásico de Cienfuegos y Cárdenas.

De la *insula* del campamento romano nos viene el trazado neoclásico, esa urgencia del orden para mejor control militar, político, civil. Pero también del antropocentrismo cada vez más acelerado de la sociedad occidental, según se aceleraba el ritmo de la ciencia y la tecnología. La ciudad, por tanto, aplasta al campo, del cual necesita los productos de la tierra, pero la *capita* define el rostro de las naciones. Por eso, las modernizaciones de Huysmann, la demolición de las Murallas de La Habana, los trabajos de Le Forestier, la construcción de la Plaza Cívica y los barrios de Miramar, Punta Gorda, Vista Alegre. Por eso también, con la democratización del turismo, primero con el ferrocarril, después con el avión, los hoteles de inicios del siglo XX seguían el diseño de *oasis de confort* en medio del asfalto, junto a los primeros semáforos, los cines en competencia con el teatro, la penetración hogareña de lo público mediante la radio y la televisión. Pero aquel *Automation*

*makes life easier* de *El Tesoro de la juventud* de la década del 50, pronto cambiaría la intensidad de la sonrisa, con la publicación por Rachel Carson de *La primavera silenciosa* y por Van Rensselaer Potter de *Bioética: puente al futuro*. La ciudad ya no era el mismo símbolo de triunfo, porque, por primera vez, después de milenios, se hacía urgente mirar el campo, recuperar la Naturaleza para seguir viviendo.

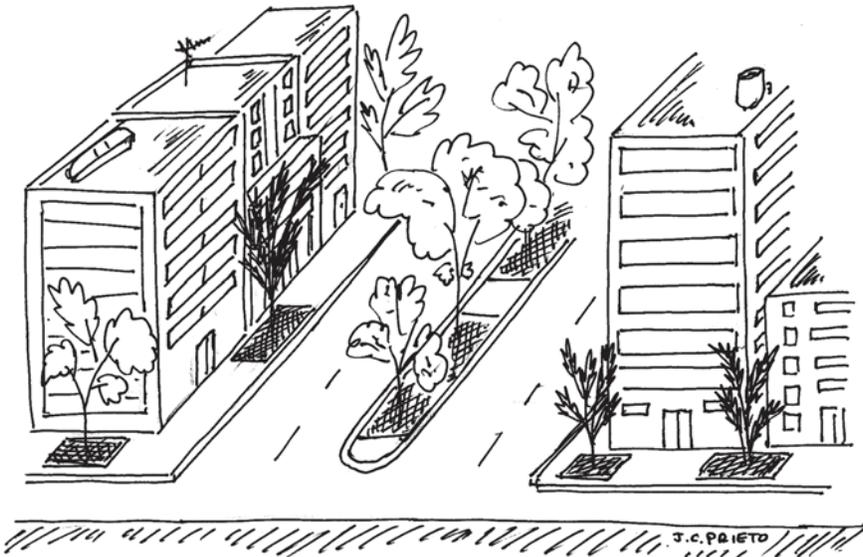
También esto lo reflejaría el turismo. De aquel formato *high* de inicios del siglo XX, pasaría Europa al diseño de *Terres d'aventure*, *Club Adventure*, los nuevos clientes que pagan por caminar, montar bicicleta, escalar montañas, dormir con el mínimo de aseguramiento en pleno bosque o desierto, incluso en cuevas, como es el caso de circuitos en Turquía... ¿Quiénes son los nuevos clientes? Los herederos de la crisis ecológica, que es también la crisis de la ciudad, ciudad necesaria, cierto, pero *urbe* que no puede ser ya más *orbe*. La ciudad no centro del universo, y que necesita áreas verdes para que sus *ciudadanos* puedan continuar habitándola, reconstruyéndola, remodelándola, según los nuevos códigos estéticos, éticos, de la condición humana a través del arte en forma de arquitectura para los espacios públicos y privados, en una época donde lo público y lo privado se relativizan, precisamente por la entronización de los medios de comunicación masiva.

De modo que cuando un guía y sus turistas caminan por una ciudad, es preciso

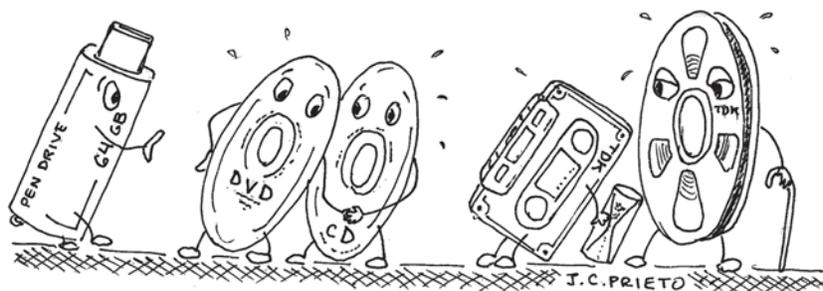
## Rincón Productivo

que observen las formas del espacio urbano, cómo esto influye en la psicología, la conducta gregaria e individual de cada habitante, y que los visitantes cesen de mirar exteriores para buscarse a sí mismos dondequiera que estén, porque siempre están en la condición humana, la misma de capiteles corintios, biombos, piedras de Sacsahuamán o paredes de yagua. Un *city tour* tiene que ser, ante

todo, un viaje personal por el tiempo *asumido*, *individualizado*, no el tiempo de un *voucher* y de una explicación, no el tiempo de añorar "cuando regrese a un país *civilizado*", sino el tiempo recuperado, más allá de las formas y a través de las formas de esa primera ciudad que está en la mente humana, para ser realmente buenos ciudadanos. ■



# Pasado, presente y futuro de la protección de los consumidores en el mundo



*Paco Sánchez Legrán*

La participación de los consumidores en la defensa de sus derechos es fundamental para garantizar una mayor eficacia en la vida y funcionamiento de la sociedad.

Desde aquel 15 de marzo de 1962, año en el que el presidente de los Estados Unidos, John Fitzgerald Kennedy, pronunciara ante el Congreso de su país la frase "ser consumidor, por definición, nos incluye a todos", han transcurrido algo más de 55 años y en este período se han producido grandes transformaciones legislativas en la inmensa mayoría de los países del mundo, con el fin de regular la protección

de los derechos de los ciudadanos en su calidad de consumidores y usuarios de bienes y servicios.

Esa fecha del 15 de marzo, determinó que 21 años más tarde, la *International Organization of Consumers Union* (IOCU), hoy *Consumers International* (CI), adoptara, en 1983, el acuerdo de que ese día, se celebrara el Día Mundial de los Derechos del Consumidor.

## **LAS NACIONES UNIDAS Y LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES**

El 9 de abril de 1985, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó las directrices para la Protección de los Consumidores,

que dotaban, por primera vez, de legitimidad internacional a los derechos de los consumidores en el mundo y marcaban el camino a seguir para los distintos gobiernos.

En la actualidad, es algo de general aceptación que los consumidores deben tener derecho a: la seguridad, información, libre elección, existencia de competencia de precios y ser escuchados por los gobiernos en la formulación de sus políticas de consumo.

También es algo plenamente aceptado que la educación de los ciudadanos en su condición de consumidores es una faceta cada vez más importante, porque con ello se transmite la conciencia de que es necesario informarse; es decir, comprar sabiendo que adquirimos el producto que deseamos, conociendo sus componentes, fecha de consumo e ingredientes (en el caso de tratarse de productos de alimentación), nombre del fabricante, garantías postventa y precio de venta de los artículos expuestos.

## **LEYES DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES**

El camino legislativo que han ido adoptado los distintos gobiernos del mundo, salvo algunas excepciones, ha sido el de aprobar en sus parlamentos leyes generales de protección al consumidor, de igual modo que lo está haciendo el gobierno de Cuba, que en la actualidad, a través de la Asamblea Nacional del Poder Popular, tiene una ley con esas características en

proceso de elaboración y posterior aprobación.

La experiencia de los gobiernos de América Latina y el Caribe, así como de España, otros países de Europa y el resto del mundo, indica que la aprobación de esa mencionada ley está permitiendo implantar un marco legislativo más amplio, que facilite el establecimiento de condiciones para articular la regulación de los derechos y obligaciones de fabricantes, distribuidores y consumidores en relación con todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado.

## **NECESIDAD DE UN ORGANISMO RECTOR**

En el marco de la Ley de Protección de los Consumidores, los distintos gobiernos han ido coincidiendo, aunque con sus características nacionales propias, en la creación de un organismo rector que asuma las competencias en esa materia y que, en algunos casos, dependan de los propios parlamentos, la presidencia del Gobierno o algún Ministerio que sea lo más transversal posible; así como en la articulación de los procedimientos legales para que los ciudadanos puedan organizarse en asociaciones de consumidores que sirvan de cauce para la participación y cooperación de ellos en la defensa de sus derechos y obligaciones.

En el caso de la República de Cuba, su gobierno y Asamblea Nacional del Poder Popular deberán valorar si las condiciones objetivas actuales tras el restablecimiento de las relaciones diplomáticas

con el gobierno de los Estados Unidos y la suavización anunciada del criminal embargo económico que ha golpeado al país desde hace más de 50 años, permiten ya la aprobación de la Ley de Protección al Consumidor y la creación de un nuevo organismo rector que pueda sustituir la Dirección Nacional de Protección al Consumidor, que hoy depende del Ministerio de Comercio Interior (MINCIN). A la vez que se pueda valorar sin presiones exteriores, el momento en el que puede ser viable que los ciudadanos puedan crear sus asociaciones de consumidores con la garantía de que estas no sean mediatizadas por intereses ajenos al país.

## **UN SISTEMA EFICAZ PARA LAS QUEJAS Y RECLAMACIONES**

Junto con estas actuaciones, la nueva ley cubana deberá favorecer un sistema eficaz para que los consumidores puedan presentar sus quejas y reclamaciones ante el Organismo Rector de Protección de los Consumidores, cuando estas no hayan sido debidamente atendidas por las empresas de venta de productos o prestación de servicios. Para ello, también convendría valorar los sistemas de arbitrajes de consumo o las comisiones de mediación existentes en España y en otros países, que faciliten la solución rápida de los conflictos.

La experiencia de estos 50 años nos está indicando claramente que la participación de los consumidores en la defensa de sus derechos es fundamental para garantizar una mayor eficacia por parte de los gobiernos

de cualquier país del mundo, pues sin el apoyo y colaboración de los ciudadanos en su calidad de consumidores, las actuaciones gubernamentales son menos eficaces.

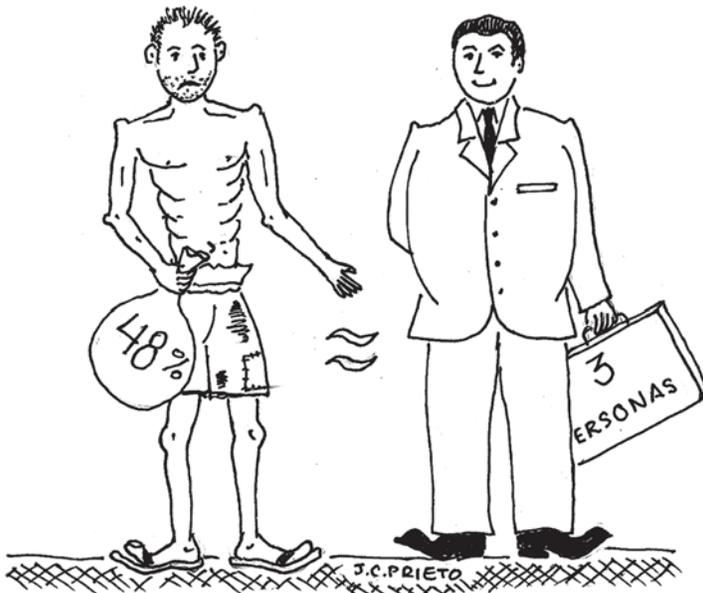
Junto con estas reflexiones y sobre la base de la experiencia de España, podemos decir que la existencia de una Ley General de Protección de los Consumidores y muchos decretos o normas reguladoras de los distintos productos y servicios, aunque son muy necesarios para establecer un marco de seguridad jurídica para todos los sectores que interactúan en el mercado –fabricantes, distribuidores, empresas de reparación, consumidores, etcétera–, no son suficientes si los gobiernos no tienen la voluntad política de impedir mediante actuaciones rápidas y eficaces, que fabricantes y distribuidores actúen contra los intereses de los consumidores y se aprovechen de su situación de predominio en el mercado.

## **FACUA-CONSUMIDORES EN ACCIÓN**

Desde FACUA-Consumidores en Acción, una organización social que aglutina a más de 160 mil ciudadanos españoles y que viene colaborando desde hace 20 años con entidades, instituciones y corporaciones empresariales cubanas, en temas relacionados con protección de los consumidores, modernización del comercio minorista, edición de libros y otras publicaciones, así como en otros aspectos de interés social, vemos con gran interés el proceso de modernización y renovación legal que vive Cuba.

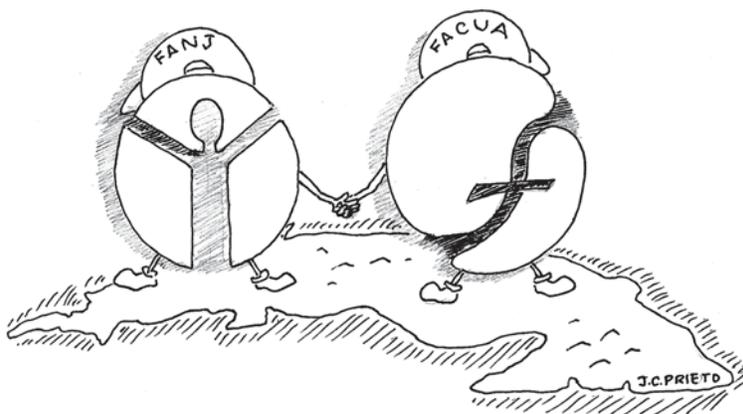
De igual modo que reconocemos los esfuerzos y experiencias ya desarrolladas desde el inicio del denominado Período Especial en la década de los 90 del siglo pasado, para implementar medidas que han venido ayudando a fomentar la protección de los consumidores por parte de todos los ministerios, empresas y corporaciones del país.

Esperamos que en una fecha cercana, la Asamblea Nacional del Poder Popular de Cuba pueda aprobar la Ley de Protección de los Consumidores e iniciarse así esta nueva andadura legislativa en este país del Caribe. ■



---

# La colaboración de FACUA-Consumidores en Acción de España con la Fundación Antonio Núñez Jiménez de La Naturaleza y el Hombre



*Olga Ruiz Legido*

Desde 1996 hasta la actualidad la FANJ y FACUA han desarrollado una importante actividad de cooperación en materia de protección al consumidor en Cuba.

FACUA – Consumidores en Acción de España asumió en 1994 el compromiso de fomentar fórmulas de cooperación con diversas instituciones cubanas, tras la celebración en octubre de ese año de una entrevista

con el presidente del Instituto Cubano de Investigación de la Demanda Interna, aprovechando la participación del presidente de FACUA, en el Primer Congreso Latinoamericano y Caribeño de Agentes del Desarrollo Sociocultural Comunidad 94, celebrado en La Habana y donde presentó una ponencia sobre "La seguridad infantil en la escuela".

En 1996, FACUA y la Fundación de la Naturaleza y el Hombre, de Cuba, presidida por el doctor Antonio Núñez Jiménez (fallecido en 1998 y cuyo nombre se incorporó desde entonces a su denominación de la Fundación, que pasó a llamarse Fundación Antonio Núñez Jiménez de la Naturaleza y el Hombre-FANJ), abren un proceso de cooperación a través de la firma de un convenio de colaboración, que ha facilitado la realización de programas anuales.

De esta forma, se impulsa una publicación periódica con el nombre de *Medio Ambiente y Consumo*, cuyo primer número se había editado en septiembre de 1995 y que finaliza con su número 85, publicado en junio de 2010, tras un período de 15 años de colaboración en el que fuera el primer programa de cooperación de la FANJ, apoyado por FACUA, y que permitió la edición pionera de los temas de protección a los consumidores en Cuba, que recibieron cientos de instituciones, organismos y entidades de todo el país.

Asimismo, la FANJ y FACUA, alcanzan un acuerdo con la Universidad de La Habana para la celebración durante 1998-1999 de un primer Curso de Post Grado sobre Consumo y Desarrollo Sustentable, como una experiencia piloto que permitiera dar un paso más para ayudar al país en el proceso de sensibilización sobre los temas relacionados con la protección de los consumidores. Este proyecto contó con los apoyos de la Universidad de Sevilla y la Junta de Andalucía en España.

Coincidiendo en el tiempo con la celebración del citado curso de formación, se produce la iniciativa del Gobierno cubano, a principios de 1999, de lanzar unas Orientaciones dirigidas al conjunto de los ministerios, organismos e instituciones estatales para que pusieran en marcha programas específicos para la promoción de medidas tendentes al fomento de la protección de los derechos de los consumidores y usuarios en todo el país, como disposiciones previas a la puesta en marcha de futuras normas legales que regularan de manera más eficaz la protección a los consumidores.

## **IMPULSO A LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN CUBA**

Durante 2000-2001, se producen avances importantes en el proceso que se está desarrollando en Cuba para el fomento de la protección de los consumidores, que puede ser medido en base al siguiente decálogo de hechos relevantes:

1. En enero de 2000 se constituye la Dirección de Protección al Consumidor, dependiente del Ministerio de Comercio Interior de Cuba, como una medida necesaria para atender desde el Estado las necesidades del país en este aspecto.
2. En marzo de 2000, la Corporación CIMEX, SA, celebra su I Jornada de Evaluación sobre la Protección de los Derechos de los Consumidores en sus establecimientos comerciales, en cumplimiento de las Orientaciones

- dadas por el Gobierno, a principios de 1999.
3. En mayo de 2000 se renueva el Convenio de colaboración entre FACUA y la Fundación Antonio Núñez Jiménez de la Naturaleza y el Hombre, con el compromiso de reforzar las actuaciones de cooperación en el campo de la protección de los consumidores.
  4. También en mayo se firma un convenio de colaboración entre FACUA y la Corporación empresarial CIMEX, SA, sobre el desarrollo de actividades para el fomento de la protección de los consumidores en las empresas de comercio minorista, pertenecientes a la citada corporación.
  5. Además en el mes de mayo de 2000 se firma un convenio de colaboración entre la FANJ y la Dirección de Protección al Consumidor del Ministerio de Comercio Interior de Cuba. En él se establece que FACUA colaborará con ambas instituciones en el desarrollo de las actuaciones que se sigan para fomentar la protección de los consumidores. También se firma un convenio específico entre FACUA y la FANJ para coordinar los trabajos de apoyo y asesoramiento a la Dirección de Protección al Consumidor, establecido en el primero de los convenios indicados.
  6. En noviembre de 2000 se origina la integración de la FANJ, en *Consumers International* (Organización Internacional de los Consumidores, con sede en Londres). Con este hecho se produce un reconocimiento internacional al carácter de organización representativa y de defensa de los derechos de los consumidores cubanos de la citada Fundación.
  7. En marzo de 2001 se constituyen las primeras Oficinas para el Control de la Protección al Consumidor en Cuba, por parte de la Dirección de Protección al Consumidor, que posteriormente serán extendidas por todo el país.
  8. En abril de 2001 se celebra en La Habana el I Seminario Internacional de Medio Ambiente y Consumo, con asistencia de delegaciones de Cuba, Perú, Chile, Uruguay, Italia y España, así como de *Consumers International*, organizado por la FANJ y FACUA.
  9. En mayo de 2001 se celebra en La Habana el acto que conmemora el 5º Aniversario de la colaboración de FACUA y FANJ, donde se realiza por todos los asistentes –entre los que se encuentran representantes de la Asamblea Nacional del Poder Popular, diversos ministerios, la Dirección de Protección al Consumidor, la Universidad de La Habana, de varias corporaciones empresariales, de la Asociación de Juristas, de los medios de comunicación, etcétera– una valoración muy positiva del trabajo realizado por ambas organizaciones no gubernamentales en pro del fomento de los derechos de los consumidores en Cuba.

10. Coincidiendo con el acto de celebración del 5º Aniversario de la colaboración FACUA y FANJ, se presentó en la sede de la Fundación, el libro *Crónica de una experiencia solidaria con los consumidores cubanos*, del presidente de FACUA y prologado por el doctor Eugenio R. Balari.

## **PROGRAMAS DESARROLLADOS ENTRE 2002 Y 2014**

Durante 2002 a 2014 se ha continuado avanzando en la realización de actividades formativas e informativas, que han seguido fortaleciendo el proyecto de cooperación entre FACUA y la FANJ, en la que a partir de 2010 se ha sumado la Fundación FACUA para la Cooperación Internacional y el Consumo Sostenible, a la vez que se ha contado con diversas instituciones, corporaciones, empresas y autoridades de Cuba y España, así como con la Oficina Regional de *Consumers International* para América Latina y el Caribe.

Durante este dilatado período de tiempo, se han desarrollado seminarios de ámbito nacional e internacional y cursos de formación sobre la protección de los consumidores y la modernización del comercio minorista, celebrados en La Habana y en diversas provincias del país, en colaboración con diversas instituciones y corporaciones empresariales nacionales, entre los que se hallan Universidad de La Habana, Dirección Nacional de Protección al Consumidor, Centro de Estudios de la Administración Pública (CEAP), Centro de

Investigación y Desarrollo de Comercio Interior (CID-CI), Empresa Nacional de Correos de Cuba y las empresas CIMEX, CUBALSE, ETECSA y Aguas de La Habana.

A partir de 2004 y hasta 2012 se realizó un amplio Programa Comunitario práctico-educativo para el fomento del consumo sostenible del agua y para la eliminación de salideros en las instalaciones domésticas, en núcleos de viviendas de diversos Consejos Populares de los municipios Habana Vieja, Plaza de la Revolución y Cerro, organizado por la FANJ, con la colaboración de los Gobiernos municipales y la Empresa Aguas de La Habana con el apoyo de FACUA, y diversas instituciones y empresas españolas.

Este programa benefició a 11 214 personas que habitaban en 2 651 viviendas de los nueve Consejos Populares de Prado, Catedral, San Isidro, Belén, Jesús María, Plaza Vieja y Talla Piedra del municipio de La Habana Vieja, Príncipe, municipio Plaza de la Revolución, y Canal, del municipio Cerro. Asimismo, en estos municipios se realizó la distribución de plegables informativos sobre el ahorro del agua y se realizaron concursos y actividades escolares.

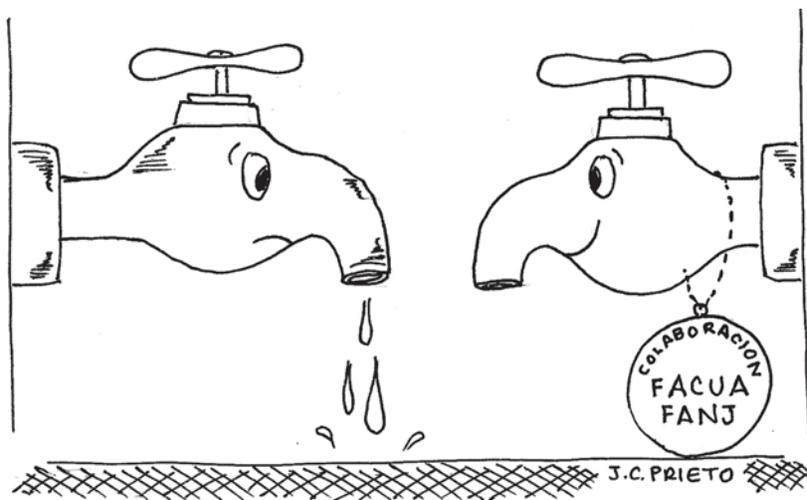
Para complementar estas actividades, ya en 2013 y 2014 se realizó en La Habana un programa dirigido a fomentar la Seguridad e Higiene en los alimentos en el sector de la economía emergente cubana que representan los trabajadores por cuenta propia. Este proyecto se ha desarrollado a través

## Se puede

de la edición de carteles y folletos informativos distribuidos en los distintos establecimientos privados que ofrecen sus servicios a la población en materia de restauración, venta de dulces, bocadillos, pizzas, etcétera, en los municipios de Habana Vieja, Plaza de la Revolución y Canal, con la colaboración de sus respectivos Consejos de Administración.

El resultado de estas actividades y proyectos originaron la publicación de dos

libros, editados por la Fundación FACUA con la colaboración de la FANJ. El primero de ellos, en 2012, *Una experiencia de cooperación solidaria: Programa de eliminación de salideros de agua en Ciudad de La Habana* y el segundo, en 2014, *La protección de los consumidores en Cuba, historia de una cooperación.* ■



# ***Pincipales resultados de investigaciones sobre la protección al consumidor en Cuba realizadas por el Centro de Investigación y Desarrollo de Comercio Interior. Perspectivas***

*Reina Manfugás Oviedo*

## **INTRODUCCIÓN**

Para Cuba resulta imprescindible la protección al consumidor, pues en esta concepción está contenida la propia razón de ser del proyecto socialista que defendemos, aunque no deja por eso de presentarse debilidades que afectan a los consumidores cubanos.

A nivel social, Cuba puede exhibir resultados solo comparables con países desarrollados, la accesibilidad para todos sus habitantes a los servicios de salud, educación, seguridad social y la propia garantía y seguridad ciudadanas; sin embargo, considero que en materia de derechos del consumidor se ha lastrado la deficiencia en la calidad de la prestación de los servicios tanto públicos como comerciales, aspecto que trae el descontento de la población, lo que hace vulnerable la protección de los consumidores.



Aun cuando existe un acuerdo del Comité Ejecutivo del Consejo de Ministro 3529 de 17 de agosto de 1999, donde se le confiere al MINCIN el encargo estatal de dirigir, ejecutar y controlar la política del Estado y el Gobierno en cuanto a la Protección al

Consumidor, misión que se le reafirmó a este organismo por Decreto Numero 321 del 23 de mayo de 2014, en la actualidad se continúa en la búsqueda de vías regulatorias efectivas en la que los consumidores puedan hacer valederos sus reclamos.

Para el ejercicio de proteger a los consumidores se deben tener en cuenta sus necesidades y el derecho que les asiste de tener acceso a productos que no sean peligrosos, así como la importancia de promover un desarrollo económico y social justo, equitativo y sostenido, y la protección del Medio Ambiente con el fin de:

- Facilitar modalidades de producción y distribución que respondan a las necesidades y deseos de los consumidores.
- Instar a quienes se ocupan de la producción de bienes y servicios, y su distribución para que adopten estrictas normas éticas de conducta.
- Frenar las prácticas comerciales abusivas.
- Promover en el mercado condiciones que den a los consumidores una mayor selección a precios más bajos.
- Promover un consumo sostenible.

Estudiar el tema de la defensa de los intereses de los consumidores cubanos ha sido una necesidad constante en el logro de un ordenamiento efectivo de la protección a los consumidores, durante diferentes períodos. Estudios que comenzaron a realizarse con la creación del Instituto

Cubano de Investigaciones y Orientación de la Demanda Interna en la década del 70 del siglo XX y en la actualidad se continúa en el Centro de Investigación y Desarrollo del Comercio Interior en diferentes modalidades tales como proyectos y programas investigativos.

## **La protección al consumidor en la actualización de los lineamientos de la política económica y social para el período 2016-2021**

En 2011, a partir de la aprobación de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución donde se enuncia en el epígrafe XII la Política para el Comercio, se introduce en específico el Lineamiento Núm. 313 que alude a la protección al consumidor al enunciar: "Aplicar una eficaz protección al consumidor, que garantice el cumplimiento de los deberes y derechos de todos los prestatarios y consumidores de bienes y servicios". Atendiendo a esta estrategia trazada por el Estado se comenzó el rediseño de la actividad de Protección al Consumidor teniendo en cuenta los resultados alcanzados en los estudios e investigaciones realizadas en este campo.

En las investigaciones sobre el tema se hace referencia reiteradamente a la necesidad de contar con los documentos regulatorios que posibiliten implementar eficazmente la protección de los consumidores en Cuba; atendiendo a esto se inició la elaboración del proyecto de política pública en aras de posibilitar el ordenamiento del tema del consumo y la protección al

consumidor de forma integral y una vez aprobada, sea la base para que se implemente una Ley de Protección al Consumidor que sirva de marco a la legislación complementaria.

Para lograr esa coherencia e integración de los diferentes actores que intervienen en el proceso de la defensa de los derechos de los consumidores, se creó un Grupo de Trabajo, desde la aprobación de los Lineamientos, con la representación de organismos, entidades e instituciones, que se encargaron de la elaboración de los proyectos de la Política y Ley de Protección al Consumidor. En el caso del proyecto de política ha sido revisado en varias ocasiones, en espera de su posible aprobación, la Ley todavía debe aguardar un tiempo más.

En 2016, como parte del proceso de actualización de los Lineamientos el tema de la protección al consumidor pasó a formar parte del capítulo XIII Perfeccionamiento del Sistemas y Órganos de Dirección, enunciado como: Perfeccionar la protección al consumidor adoptando medidas que coadyuven a asegurar sus derechos por quienes producen, comercializan y prestan servicios en general.

Al respecto, consideramos que no solo fue un cambio de capítulo, sino también de concepción más integral y abarcadora de la temática; se le da un papel protagónico a los sistemas de gobierno, donde desde lo local se puede potenciar por el mejoramiento y el respeto de los derechos de los consumidores.

A nuestro juicio, los gobiernos locales están comprometidos con la promoción, sensibilización de la población sobre la importancia del reconocimiento de sus derechos como consumidores, promover la participación popular en el control y la fiscalización del cumplimiento de los derechos de los consumidores y deberes de los proveedores. Igualmente a los gobiernos locales les corresponde, desde su ámbito de competencia, aplicar y hacer cumplir los instrumentos regulatorios en materia de protección al consumidor.

Otro aspecto de interés en la actualización de los Lineamientos en lo que respecta a la Protección al Consumidor, es que se da una visión completa de la cadena de valor, y la obligatoriedad que en todo el proceso debe encontrarse esta concepción, desde la industria hasta la prestación de los servicios, además se percibe no solo desde lo comercial, sino desde todas las esferas de la sociedad

## **Principales resultados sobre la protección al consumidor alcanzados en las investigaciones realizadas por el centro de investigación y desarrollo desde 2005 a 2016**

- Estado de la protección del consumidor en el comercio minorista que se centró en la información al consumidor en el comercio minorista de productos alimenticios normados (bodegas, mercados y minimercados). Durante este estudio se aplicaron, en diferentes municipios de la provincia de La Habana, cuatro tipos de

instrumentos de recopilación de información para los consumidores de productos normados para administrativos y trabajadores en general de los establecimientos (2005-2007).

- Estado de la Protección al Consumidor en la gastronomía, teniendo como muestra estratificada cafeterías que ofertaban sus servicios en moneda nacional, situadas en doce municipios de La Habana. Se realizó el análisis y valoraciones cualitativas, resultado de los instrumentos aplicados para la recolección de información, destinada a consumidores, dirigentes y personal de contacto en los establecimientos muestreados, también aparece el análisis de contenido de diversos documentos rectores que propiciaron contar con los elementos necesarios para la conformación del conocimiento sobre el estado en que se encontraba la Protección al Consumidor en una de las modalidades del sector de la gastronomía. (2005-2007).

- Estudio de los problemas ambientales del consumo en municipios seleccionados de Ciudad de La Habana. Los resultados se centraron en los principales impactos ambientales que afectaban las actividades del comercio de bienes y servicios de los territorios estudiados (2007-2009).

- Propuesta de las bases metodológicas para un sistema de reclamaciones en materia de protección del consumidor. La estructura organizativa y funcional del sistema (2009-2011).

- Recopilación y compendio de las resoluciones y documentos legislativos sobre

protección al consumidor nacional e internacional que abarca desde 1961 a 2010.

- Elementos metodológicos a tener en cuenta para la elaboración de La Ley de Protección al Consumidor en Cuba (2010-2013).

- Propuesta metodológica para la creación de entidad rectora para la protección al consumidor en Cuba. Estructura y funciones (2010-2013).

- Herramientas metodológicas para la elaboración de la Política de Protección al Consumidor en Cuba (2010- ).

## **Principales barreras que inciden en el desarrollo de la protección al consumidor, según los resultados de las investigaciones realizadas por el CIDCI**

Los resultados de las investigaciones ejecutadas por el CIDCI en la protección al consumidor en nuestro país han observado que aún se mantienen barreras que impiden que los proveedores de bienes y servicios en el mercado, con destino a satisfacer las necesidades de los consumidores, puedan realizar una gestión adecuada de la protección al consumidor.

- Ausencia de una cultura sobre la protección al consumidor y su estrecha interrelación con el Medio Ambiente y las modalidades del consumo sostenible.

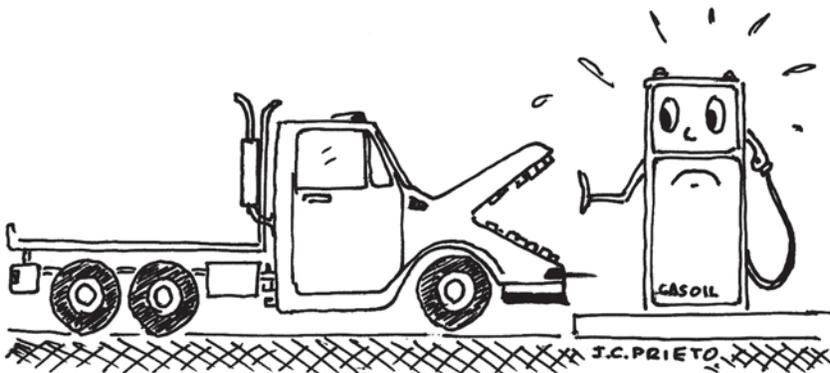
- Ausencia de una política y estrategia gubernamental que defina y encauce la protección al consumidor, sus prioridades según las circunstancias económicas, sociales y ecológicas del país y las necesidades de

su población y teniendo presentes los costos y los beneficios que las mismas entrañan.

- Falta de políticas que especifiquen las responsabilidades del fabricante para asegurar que los bienes y servicios satisfagan los requisitos normales de durabilidad, utilidad y fiabilidad y sean aptos para el fin a

que se destinan y que el vendedor vele por que estos requisitos se cumplan.

- Ausencia de una ley nacional en la materia, así como dispersión y desconocimiento de algunos aspectos específicamente regulados. ■



# Experiencias de un sistema de protección al consumidor en una organización comercial cubana

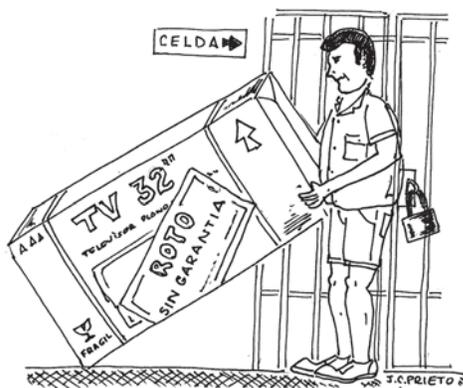
*Arturo Kautzmann Torres*

El tema de la protección al consumidor ha adquirido una notable relevancia en el país como resultado de un proceso paulatino de reconocimiento de la importancia que reviste en la institucionalidad del país y para el eficaz funcionamiento del sistema empresarial, y sobre todo, por su repercusión en la población como consumidora de bienes y servicios.

## ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Para una mejor comprensión de la protección al consumidor en Cuba y su evolución, resultaría conveniente hacer una breve referencia a algunos de sus antecedentes históricos en diferentes etapas, que se remontan al triunfo revolucionario de enero de 1959, que condujo a importantes transformaciones económicas en el orden interno e internacionalmente, derivadas, por una parte, de la política del programa de la Revolución y, de otra, por la actitud hostil del gobierno estadounidense y de acciones de sus aliados internos.

Ya en fecha tan temprana como enero de 1960 se promulgó la Ley Núm. 697 de



"Protección al Consumidor", cuyo objetivo principal era reprimir el alza desmedida de los precios de artículos de consumo de primera necesidad, e impedir cualquier tipo de especulación mercantil. En octubre de 1960, fueron nacionalizadas numerosas empresas y bancos, la mayor parte de ellos de capital extranjero, que pasaron a ser propiedad y administradas por el Estado, mientras que las pequeñas y medianas empresas, y casi todo el comercio interior continuó en manos privadas.

Las condiciones económicas y sociales del país determinaron en 1962 otra de las medidas destinadas a la protección de los consumidores, consistente en una distribución equitativa y justa de productos industriales y alimenticios, y establecer así su distribución normada a través de una llamada libreta de abastecimiento, que garantizaba las necesidades básicas de la población, aunque ciertamente limitaba el derecho de los consumidores a la elección en cuanto a cantidad, calidad e incluso, en ocasiones, el establecimiento comercial donde debían obtenerse estos productos, y distorsionando en cierta forma el vínculo proveedor-consumidor.

En la década de los 80, se produjo una flexibilización del comercio, surgió un llamado mercado paralelo con otra variedad de productos a precios diferenciados y de distinta calidad, al que la población tuvo acceso libremente, situación que se transformó a partir de finales de esa década y principios de los 90, en que se produjo el derrumbe del bloque socialista del Este europeo y la desintegración de la URSS, países con los que Cuba realizaba la casi totalidad de su comercio exterior, cuya consecuencia fue la caída en 35% del producto interno bruto.

Para afrontar la crisis, entre otras medidas, se promovió la apertura a la inversión extranjera y la creación de empresas mixtas y asociaciones económicas internacionales, fundamentalmente en la esfera del turismo; se penalizó la tenencia de divisas por la

población y se fomentó el envío de remesas familiares; se habilitaron entonces por el Estado tiendas recaudadoras de divisas para que la población pudiera adquirir productos de diversos giros comerciales de forma liberada; surgiría así un nuevo segmento de mercado y de consumidores. Se establecieron varias cadenas comerciales y la Corporación CIMEX, radicada en el país hacía varios años, incluyó ente sus principales líneas de negocio la del comercio minorista de bienes y servicios.

Esta nueva etapa introdujo una modificación en las relaciones de intercambio entre proveedores y consumidores, desconocida para una generación de cubanos, y, por tanto, requería cambios en la mentalidad de las personas que prestaban el servicio y de las que pagaban por recibirlo.

Es probable que pocas personas hubieran oído hablar hasta entonces de la protección al consumidor, y a partir de esas circunstancias, CIMEX se dispuso a abordar el tema en esta nueva fase del comercio minorista en Cuba sin perder de vista nuestras características donde prácticamente todo el comercio se encontraba en manos del Estado, debiendo conjugarse el papel de este en su condición de empresario, dueño de las entidades comerciales, con aquellas funciones que corresponden al Estado vinculadas a la protección de los intereses de los ciudadanos contra abusos que pudieran suscitarse en esa relación de intercambio.

## LA NECESIDAD DE UN SISTEMA Y SU CONCEPCIÓN

En Cuba ya existía una legislación reguladora de muchos aspectos relacionados con la preservación y el respeto a los derechos de los consumidores, representada por diversas leyes, decretos y resoluciones promulgadas por los órganos y organismos competentes, y lo que se requería entonces era lograr la mayor integración posible de lo dispuesto en la legislación vigente y darle la coherencia necesaria con un enfoque sistémico, para que lo resultante pudiera ser interpretado y aplicado adecuadamente en las instalaciones comerciales, y se le incorporaran los aspectos novedosos derivados de la nueva relación de intercambio.

El Sistema se estructuró de tal forma que se ajustase a nuestras características y tuviese un sello propio, porque tras el acto de vender hay una secuencia de acciones que determinan la calidad del servicio, y que si bien se debe tratar de convencer en primer término y llamar a la conciencia del que debe prestar el servicio, también deben exigirse responsabilidades e incluso sancionar administrativamente a quienes no cumplan con su deber.

Así fue que se diseñó e implantó en CIMEX el Sistema de Protección al Consumidor y Calidad de los Servicios, que se denominó partiendo del concepto de que en la calidad del servicio que se presta es donde se manifiesta y se hace realidad la protección del consumidor.

El Sistema concibe como elemento esencial la presencia del Supervisor, pues

es el funcionario debidamente identificado y dotado de la capacidad necesaria, que funge como primer eslabón de la cadena de mando de un establecimiento y es el encargado de velar y garantizar que se cumpla con todo lo que está establecido para el adecuado funcionamiento del establecimiento y de forma especial por la calidad del servicio, contando con la facilidad de comunicarse con su nivel superior de dirección cuando la decisión sobre cualquier aspecto requiera la participación de este, lo que equivale a decir que el cliente que reclame una respuesta del Supervisor no debe quedarse sin ella, ni tampoco ser enviado a otro funcionario, pues este tiene la obligación de canalizarla directamente con la persona que pueda responder o solucionar el asunto, según la cadena de mando de la entidad.

A partir de este esquema, se determinaron los principales derechos de los consumidores en las diferentes cadenas comerciales de la Corporación; se habilitaron diferentes vías de comunicación con el cliente (buzón de quejas y sugerencias, libro del cliente, teléfono del consumidor), a la vez que se elaboró y se aplicó en sus instalaciones un Manual de Normas y Procedimientos para el comercio minorista de obligatorio cumplimiento.

## SU APLICACIÓN, DESARROLLO Y PERFECCIONAMIENTO

El Sistema se diseñó originalmente con un carácter dinámico para atemperarse a las circunstancias imperantes en cada momento, por lo que ha estado en constante evolución y mejora continua desde los primeros

años, gracias a la experiencia de su aplicación, a las indicaciones del Ministerio del Comercio Interior como organismo rector de la protección al consumidor y la valiosa colaboración recibida de la Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Andalucía (FACUA), actualmente FACUA España, por su larga experiencia en esta materia.

Esa colaboración, en forma de asesoría, además de materializarse mediante el envío de materiales y documentación sobre el tema, también estuvo enfocada a la formación y capacitación del personal a través de diversos seminarios, conferencias y cursos a dirigentes, funcionarios y personal de contacto con los clientes, impartidos personalmente por el Presidente o el Secretario General de esta Organización, así como por funcionarios de su staff de dirección con amplios conocimientos y experiencia en estos temas.

Todo ello fue muy importante para el desarrollo del Sistema, pues luego de su implantación en la red comercial era necesario hacer una efectiva promoción y divulgación sobre la necesidad y la importancia de llevar adelante una política de protección al consumidor que la destacara por la calidad del servicio del resto de las Cadenas que pudieran representar una competencia comercial, además de constituir, una responsabilidad social corporativa, significando también un aporte a la observancia de regulaciones de tipo internacional existentes, pues Cuba está adscripta a convenios internacionales que

propugnan la aplicación de políticas de protección de los consumidores. Estas actividades ayudaron a fomentar una mayor cultura y conciencia, sobre todo, en el personal dirigente, acerca de la importancia de este tema, que contribuyó a una atención más personalizada para la mejora continua del Sistema.

En su perfeccionamiento no puede perderse de vista que la calidad de servicio es la piedra angular del Sistema. Las grandes organizaciones dedicadas al comercio minorista aplican el concepto de que ya no se venden productos o servicios, sino satisfacciones; si antes el énfasis estaba en el producto y luego en los servicios, actualmente está en la relación con los clientes y en el cumplimiento de sus expectativas respecto a la calidad que percibe, de lo que resultará o no su satisfacción.

En el centro de toda atención está el cliente, que es quien rige la demanda y determina, en última instancia, las ofertas y hasta las producciones, pues tiene el derecho y la posibilidad de elegir sobre su compra y acudir al lugar donde le sea más agradable, donde mejor lo traten y más rápido lo atiendan; de ahí la importancia de lograr su fidelidad, de lo que se deriva la máxima de esas organizaciones comerciales que lo más importante no es solo vender, sino hacer clientes.

Por lo general, mejorar la calidad del producto cuesta más y no se percibe tanto por el cliente; sin embargo, mejorar la calidad del servicio generalmente no cuesta

# Se puede

tanto y el cliente la percibe más. Desarrollar una cultura de calidad de los servicios necesita tiempo, pero es la vía para crear la preferencia del cliente hacia un determinado establecimiento y su personal, y es esa la dirección hacia la que debe enfocarse el perfeccionamiento del Sistema.

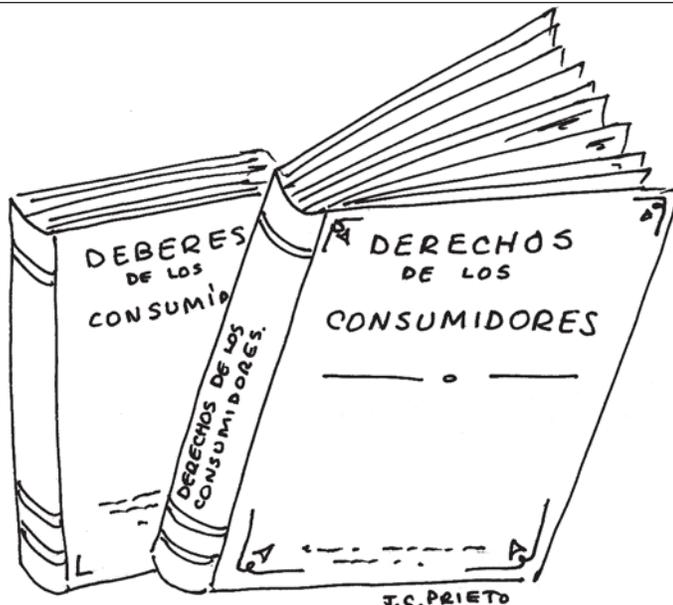
## Situación actual y perspectivas

Puede decirse que el país ha avanzado en materia de protección de los consumidores, si bien al criterio de algunos, no lo suficiente o necesario.

Es voluntad política, y así está recogido en los Lineamientos de la Política Económica y Social que regirán los destinos del país en los próximos años, trabajar para llevar adelante este tema como una necesidad o reclamo de la población, sobre todo porque como resultado del proceso de actualización

del modelo económico han surgido nuevas formas de gestión no estatal, con decenas de miles de personas ejerciendo el trabajo por cuenta propia de manera privada o mediante cooperativas, la mayor parte en la esfera de los servicios, lo cual demanda una respuesta mediante acciones del Estado y de la sociedad.

En ese entorno, un grupo de trabajo multidisciplinario dirigido por el Ministerio del Comercio Interior, está trabajando en los fundamentos de la Política de Protección al Consumidor que regirá para el país en esta etapa, documento que servirá de base para la futura Ley de Protección de los Consumidores y Usuarios, que sería aprobada oportunamente por el Parlamento cubano. ■



# Antecedentes sobre la protección al consumidor en Cuba

*Eugenio Rodríguez Balari*

En materia de defensa de los consumidores, a pesar de las limitadas y complejas situaciones por las que el país ha atravesado en más de cinco décadas, hay que decir que desde el comienzo de los años 60 fueron implementadas importantes medidas en esa dirección por parte del gobierno revolucionario.

Antes de la victoria revolucionaria de enero del 59, el mercado doméstico operaba de manera liberada y sobre la base del funcionamiento de las leyes del valor y la oferta y la demanda, como en cualquier otra economía de mercado del mundo. En verdad, existía una amplia oferta de productos y servicios, cuyos bienes se adquirían en diferentes niveles de los establecimientos de venta al público, y su regulación o equilibrio se garantizaba a través, y fundamentalmente, de los precios.

Se debe en cuenta que esto ocurría en unas circunstancias socioeconómicas en las que la solvencia de la ciudadanía se encontraba muy desequilibrada y amplios



estratos de la población no tenían trabajo; su situación económica era bien precaria.

El nivel de desempleo y subempleo fue considerablemente alto durante la década del 50 pero, sobre todo, influía la desequilibrada redistribución que reinaba en los ingresos.

Por lo que, para muchos cubanos, lograr un consumo decoroso o austero resultaba un objetivo estratégico en su vida, que por lo general no se lograba alcan-

zar. Sin embargo, no es menos cierto que los segmentos de población de mayor poder adquisitivo (ricos, clase media y ciertos sectores laborales privilegiados), sobre todo los primeros, disfrutaron de un amplio, moderno y versátil mercado de consumo, cuyas ofertas de productos provenían fundamentalmente de los Estados Unidos de Norteamérica.

Debo decir que antes de la instauración del gobierno revolucionario, existió un antecedente institucional en la década de los 40, en que el gobierno de entonces creó la ORPA; un aparato administrativo de gobierno destinado a la regulación de los precios de los abastecimientos, dada la existencia de una época de inflación y elevación mundial de los mismos.

Su misión fue la de tratar de controlar el alza desmesurada de los precios. Sin embargo, no es sino con el triunfo de la Revolución que se manifiestan de manera crítica los conflictos políticos/económicos y de clase, con sus repercusiones lógicas sobre el abastecimiento y el consumo de la población. Por este motivo, el gobierno revolucionario dicta en enero de 1960 una ley de protección al consumidor.

Posiblemente, esta ley fue una de las primeras en el mundo, si no la primera de ese tipo. Por otro lado, más adelante, se implementó un cambio de moneda en el país. Ambas medidas perseguían impedir que los sectores de mayor solvencia económica ejercieran acciones de acaparamiento y, por tanto, de desabastecimiento

de productos, con el fin de promover el malestar entre la ciudadanía y desestabilizar al gobierno revolucionario.

La ley de protección al consumidor pretendía frenar el alza de los precios en los artículos de consumo, y actuar en contra del encarecimiento de la vida y las formas ilícitas de la especulación mercantil.

Dos años después de promulgada la ley de protección al consumidor y efectuado más adelante el canje de la moneda se crea la Junta Nacional de Abastecimientos, institución encargada de proponer e implementar el sistema de regulación de los productos básicos a la población.

En aquellas históricas y complejas circunstancias político/económicas, esas medidas contribuyeron a asegurar de forma normada y periódica los bienes de consumo esenciales a la población, además de hacerlo a precios fijos y congelados durante muchos años. Por la práctica de tales acciones en materia de consumo se puede afirmar que son las primeras y fundamentales medidas de defensa a los consumidores cubanos.

De hecho, quedó organizado un sistema nacional de garantía de abastecimientos básicos a la población, el que se estructuró a partir de garantizar la oferta de un conjunto de productos en forma de cuotas o cantidades periódicas, con tiempos definidos, precios bajos y congelados y más tarde vinculando al consumidor a determinados establecimientos comerciales (algo que se dio en llamar las bodegas).

El surgimiento del sistema de regulación de los abastecimientos hizo aparecer en todo el país las Oficinas de Consumidores, las llamadas OFICODAS. En esas oficinas se registraron todos los consumidores del país, requisito previo para acceder a la libreta de abastecimiento, en las que se da de alta o baja, según nacen o mueren, las personas.

Después de más de 50 años de establecido el sistema, junto a otras formas liberadas de comercializar los bienes de consumo que existen, la libreta de abastecimiento aún se encuentra vigente en Cuba. Tiene la virtud de proteger, sobre todo, a las familias de menores ingresos, aunque ocasione costosos subsidios al Estado cubano.

En mis circunstancias personales y sin la información requerida sobre los niveles de consumo de la población, en particular los alimenticios (calóricos, proteicos y vitamínicos) —que sí tuve desde principios de la década del 70 hasta principios de la del 90— debo exponer que, según los estudios efectuados en Cuba durante las décadas del 70 y 80, ya había desaparecido la desnutrición y los niveles de subalimentación eran significativamente muy reducidos.

Hoy me atrevo a especular, basándome en el aumento de la expectativa de vida y la elevación de la talla corporal de la población, que estos fenómenos, con independencia de las más de dos décadas de crisis económica que el país ha padecido, no deben haber resurgido como existieron en épocas pasadas.

Las autoridades cubanas le confirieron primero al Ministerio de Comercio Interior las funciones de protección de los consumidores pero, en la realidad, dado que la mayor parte de las unidades del comercio y los servicios estaban en manos de empresas estatales subordinadas a este organismo, le resultaba muy difícil tal misión, pues era al tiempo que juez, parte, y el consumidor vio este asunto con desconfianza y cierto grado de recelo.

Sin embargo, el Instituto Cubano de Investigación y Orientación de la Demanda Interna (ISIODI) que fue creado en abril de 1971 como anexo al Consejo de Ministros de la República, pero con carácter científico, fue mejor aceptado por los consumidores por su contenido, perfil y actividades. Su misión era la realización de estudios e investigaciones socioeconómicos en el ámbito del consumo y los servicios, además de orientación sobre estos y la demanda.

De esta manera, muchos consumidores lo comprendieron o llegaron a apreciar, pues lo veían como una institución más neutra, no comprometida con los conflictos que se creaban alrededor de los actos de consumo y, por tanto, más aceptable a los fines de defender imparcialmente a los consumidores y usuarios.

Cada año, la institución realizaba más de un centenar de investigaciones que se relacionaban entre otros aspectos con los alimentos, el vestuario, las modas, la vivienda y su equipamiento, la esfera de

los servicios, el presupuesto de tiempo y el tiempo libre, los ingresos y gastos de la población, así como otros estudios sobre nivel y modo de vida.

Trabajos algunos de carácter macro y otros, los más, de naturaleza micro. Dado que el contenido de la ley que originó al ICIODI era suficientemente amplio y bastante versátil, la institución pudo atribuirse funciones en la esfera de la protección a los consumidores. Las actividades o campañas de orientación a los consumidores se fundamentaban en los análisis de las investigaciones y luego se implementaban a través de varias de sus estructuras orgánicas que se le subordinaban.

Esos mecanismos con que contó la institución fueron fundamentalmente la Dirección de Orientación del Consumo y la Demanda, la popular revista *Opina*, con su secciones críticas en las áreas de consumo o los servicios, las secciones en CASA y de clasificados y permutas, todas dedicadas a la orientación del consumo y a brindar servicios sobre las necesidades que manifestaba la población. También contó con la empresa Publimerc y el Taller de Producciones Experimentales (confecciones Opina).

En ese sentido es conveniente que digamos que, a través de la Dirección de Orientación y la revista *Opina*, se organizaron y pusieron en marcha varios programas y campañas nacionales de orientación al consumidor. Por ejemplo, la antibabáquica,

orientación de cultura alimentaria, alimentación infantil y otras varias de importante interés social.

*Opina* instituyó en sus páginas el sello de la protección al consumidor y, en muchos de sus trabajos periodísticos, cuando su contenido lo justificaba, aparecía el sello de protección en el medio del trabajo en cuestión. Era una manera de denuncia o crítica a lo mal hecho o a lo que afectaba al consumidor y de llamar la atención sobre la importancia del tema.

Mientras tanto, en el taller de producciones experimentales Opina, se realizaba una interesante, novedosa y creativa labor en diseños de prendas de vestir para toda la familia, que en pequeña escala se comercializaba en su propia tienda de la calle Reina. Su propósito no era otro que el de contrastar aspectos de novedad, calidad o moda, llamar la atención en relación con las confecciones que lanzaba masivamente al mercado, sector bajo la responsabilidad del Ministerio de la Industria Ligera.

Por diversas razones y durante muchos años y a pesar de la escasez, las prendas que aparecían en las tiendas no se realizaban, mientras crecían los inventarios, lo que provocó un cierto grado de insatisfacción entre los consumidores por sus diseños inapropiados o por no encontrarse a la moda.

No debo pasar por alto y deseo explicar también que en dos oportunidades y en diferentes momentos (décadas del 70 y 80),

el ICIODI realizó sendas y exhaustivas investigaciones con el propósito de contribuir a la eliminación del sistema de racionamiento (la libreta), por considerar que comenzaba a quedar obsoleta y sobre todo porque resultaba un serio obstáculo al desarrollo de la economía y la necesidad de su eficiencia y modernización.

Los estudios se propusieron en momentos que existían condiciones económicamente más seguras u holgadas; sin embargo, estos no fueron suficientemente analizados en las instancias correspondientes y luego se desestimaron. Probablemente no se consideraba aún que era conveniente, hubo temor, o no existió voluntad política para hacerlo, por lo que finalmente fueron camino de la gaveta o el archivo de oficina.

Desde mi percepción, se desaprovechó un buen momento para solucionar este escabroso tema, pues el país no se encontraba en situación de crisis económica (tendría dificultades y estrecheces como cualquier otro), pero sus relaciones exteriores y de colaboración económica les resultaban favorables y los riesgos podían atenuarse y manejarse mejor que en las circunstancias actuales.

Por lo que desde principios de los 80 se hubiera podido homogenizar y modernizar el mercado doméstico, liberar los productos, eliminar los subsidios innecesarios y estimular la producción y el consumo. Aunque el ICIODI era un organismo de la Administración central del Estado y no una ONG, interesado e identificado en su

labor relacionada con el consumo, la institución estableció relaciones con la IOCU, que era el nombre que poseía entonces la organización internacional de organizaciones de consumidores, que agrupaba una cantidad considerable de asociaciones en diferentes países y regiones del mundo.

Más adelante, la IOCU modificó su nombre por el de *Consumers International*, con el que en la actualidad continua trabajando e identificándose. Las relaciones de *Consumers International* con el ICIODI contribuyeron a ampliar el horizonte en materia de defensa de los consumidores y le propiciaron a la institución amplias relaciones de intercambios y cooperación permanente.

Pasado algunos años y a través de la propia demanda interna, se promovió la creación de la primera organización no gubernamental de defensa de los consumidores cubanos. Me refiero a la Asociación de Consumidores y Usuarios de Cuba (ACUC), que contó con un grupo de personas muy interesadas y calificadas y recibió el apoyo del ICIODI como organismo de referencia del Gobierno cubano.

Lamentablemente, la ACUC no pudo contar con larga vida, aunque existió formal y legalmente e hizo algunos esfuerzos en promover la necesidad de una nueva ley para los consumidores. Después de la desaparición de *Opina* primero y el ICIODI y sus dependencias después, la misión de la defensa de los consumidores en Cuba volvió a aparecer, aunque de forma modesta,

## Se puede

a través de la Fundación de la Naturaleza y el Hombre y específicamente alrededor de uno de sus programas de trabajo, el de Medio Ambiente y consumo.

La Fundación es una ONG con objetivos amplios y muy nobles, los que precisamente proyectó su fundador, que como se sabe fue el prestigioso profesor, científico e intelectual Antonio Núñez Jiménez, lamentablemente ya fallecido. Con la extinción del ICIODI, *Opina* y sus otros instrumentos, junto a la coyuntura de la etapa más crítica o del inicio del llamado período especial, se generó un vacío alrededor de dichas actividades pero, afortunadamente, por un corto período de tiempo.

De manera inesperada y afortunadamente para la defensa de los consumidores, aparecieron en Cuba los directivos de FACUA-Consumidores en Acción de España, los que trabaron contacto con nosotros, que ya nos encontrábamos colaborando con Núñez y apoyando el desarrollo de la Fundación de la Naturaleza y el Hombre.

Los proyectos de cooperación se concretaron y, tras la firma de un convenio de cooperación que rubricaron él y Núñez Jiménez, ambas organizaciones comenzaron a trabajar en estrechas relaciones. ■



# ***Necesidad de un consumo sustentable para la preservación del medio ambiente***

*Reina Manfugás Oviedo*

Resulta casi imposible concebir la aproximación a este tema sin transitar por el análisis del significado de globalización.

Globalización es el concepto más general con el que se ha definido la realidad internacional contemporánea. Es multidimensional, aunque se considera, ante todo, un proceso económico hecho posible por cambios y aplicaciones provenientes de la ciencia y la tecnología, es un proceso doble: de un lado, lo enmarca el objetivo de una tecnología que permite la integración cualitativamente diferente que generaron otros procesos históricos; de otro, es una política que coloca ese proceso objetivo en función de los grandes intereses de las transnacionales, sujeto dominante en el mundo de hoy. Según Boaventura de Souza: "La Globalización es el proceso mediante el cual determinada condición o entidad local extiende su influencia a todo el globo y al hacerlo desarrolla la capacidad de designar como local otra condición social".

La implicación de este fenómeno impacta sobre todas las sociedades de manera diferente. Paradójicamente, la globalización también constituye un proceso desintegrador y excluyente. De una parte, grandes centros hegemónicos, de otra, países o regiones menos desarrollados que se integran de manera subordinada, marginados por la nueva dinámica global; uno de los mecanismos que permite este enlace es la imposición de un único modelo económico con la anuencia de los Organismos Financieros Internacionales.

La humanidad gracias a la globalización se ha convertido en una sola familia con un solo destino. El hegemonismo imperante agudiza las desigualdades sociales, agrede la diversidad cultural, favorece la imposición de hábitos de consumo uniculturales e impacta aniquiladoramente sobre el Medio Ambiente.

En 2003, el Comandante en Jefe, Fidel Castro expresaba: "Las sociedades de consumo (...) con solo 20% de la población mundial, consumen las dos terceras partes

de los metales y las tres cuartas partes de la energía que se produce en el mundo (...) no más transferencias al Tercer Mundo de estilos de vida y hábitos de consumo que arruinan el medio ambiente".

No es un secreto la crisis ecológica por la que atraviesa el planeta, el continuo crecimiento de la deforestación, su desertificación y erosión, y las emisiones contaminantes que se acumulan en la atmósfera como preludio de los cambios climáticos globales, disminuye la capacidad productiva del suelo, tendencia a una degradación de los ecosistemas marinos y fluviales. El deterioro ambiental puede originarse desde cualquier lugar del mundo, pero el efecto es sentido en la vida de cualquier persona, en cualquier Estado.

La biodiversidad es la composición en número y proporción de formas vivas en la Naturaleza; riqueza de especies, funciones ecológicas que desarrollan los seres vivos dentro de los ecosistemas, variabilidad genética, distribución geográfica diferencial de las especies; su conservación es el fundamento del desarrollo ecológicamente sustentable, la biodiversidad es esencial para mantener la viabilidad de los sistemas ecológicos que soportarán la producción actual y futura.

Por otra parte, los intereses de las Transnacionales, que controlan un gran porcentaje de la producción y el comercio internacional, son de compulsar los niveles de consumo hacia la irracionalidad que le permitan ganancias espectaculares, sin mediar un verdadero interés por la protección medioambiental. La Enciclopedia *Océano de la Ecología* nos

dice: "Desaparecen aceleradamente, las especies animales y vegetales consideradas no productivas en términos de rentabilidad económica para la alimentación humana, la información genética de estas especies, se pierde de manera irrecuperable".

La sustentabilidad del consumo está relacionada con la capacidad para el desarrollo que tengan los países y los indicadores que establezcan, siempre basados en la máxima de que la riqueza verdadera en las naciones está constituida por su población. Una sociedad no es sustentable si consume los recursos de manera más rápida de lo que se puede renovar, si produce más desechos que los sistemas pueden procesar o dilapidan las fuentes de recursos en la satisfacción de sus necesidades.

Existe un descomunal abismo donde las tres personas más ricas del planeta poseen activos equivalentes al PBI combinado de los 48 países más pobres. Los habitantes del "Primer Mundo" tienen una esperanza de vida de 30 años más que los de África Subsahariana. De 2001 a 2005, el número de personas con hambre física alcanzó la cifra de más de 826 millones, 2 000 millones no disponen de saneamiento básico.

En la década de los 90, se difundió una teoría que culpaba al incremento demográfico de la escasez de recursos para la supervivencia humana, lo cual constituía un proceso irreversible, el incremento del número de población se da fundamentalmente en los países más pobres donde hay mayores índices de analfabetismo y depauperación humana; estos indicadores

son directamente proporcionales a la tasa de natalidad; es una manera irresponsable de decir –la causa de la pobreza es la cantidad de habitantes y no la forma de distribución de los recursos, se ha demostrado que hay recursos para todos, siempre que sean utilizados de modo racional y renovador.

El consumo sustentable tiene como punto de partida al desarrollo sustentable: "Proceso de mejoramiento sostenido, equitativo de la calidad de vida, fundada en la conservación y protección del medio ambiente, de manera de no comprometer las expectativas de las futuras generaciones".<sup>1</sup>

Es considerado como "un proceso de cambio progresivo en la calidad de vida del ser humano que lo coloca como centro y sujeto primordial del desarrollo, por medio del crecimiento económico, una equidad social y la transformación de los métodos de producción y los patrones de consumo que se sustentan en un equilibrio ecológico y el soporte vital de la región".

El crecimiento económico reviste importancia, pero no es más que un medio para lograr el fin, el aumento de los ingresos constituye una contribución sustancial si se mejora la vida de las personas, el desarrollo debe centrarse en el ser humano y el crecimiento económico ha de ser equitativo. El verdadero Desarrollo sustentable se alcanza con igualdad de oportunidades en el uso de los recursos del planeta, en la distribución equitativa de ingresos y la eliminación de la contaminación ambiental.

"La erradicación de la pobreza, los cambios en la forma de consumo y producción,

la protección y el manejo de los recursos como fundamento del desarrollo social y económico representan los objetivos esenciales necesarios para un desarrollo sustentable".<sup>2</sup>

Los principios para un desarrollo sustentable están dados por:<sup>3</sup>

- Mejor calidad de vida para el ser humano.
- Conservar la biodiversidad de la tierra.
- Modificar la forma de consumir y producir.
- Respetar la diversidad y promover la tolerancia.
- Equidad intrageneracional e intergeneracional.

Es una necesidad tener procesos productivos renovadores y preservadores del ecosistema. La humanidad no debe extraer de la Naturaleza más de lo que puede reponerle, la adopción de estilos de vida y la utilización de vías para el desarrollo respetuoso con la Naturaleza deben constituir señales de verdadera modernidad. El desarrollo humano del mañana no debe ser sacrificado por la irracionalidad de hoy. ■

<sup>1</sup> Declaración del XVII Congreso Mundial de *Consumer Internacional*. Lisboa: 2003.

<sup>2</sup> Informe de la Cumbre Mundial de Desarrollo Sustentable. Johannesburgo: 2002.

<sup>3</sup> *Idem*.

# Nuestro quehacer

El programa de Conservación Patrimonial y Servicios Culturales, desde su creación en 2006, ha trabajado activamente para, a través de la preservación del patrimonio de la Fundación Antonio Núñez Jiménez de la Naturaleza y el Hombre, conservar la memoria histórica de Cuba para las futuras generaciones. Dos hechos fundamentales han marcado el quehacer del programa en los dos últimos años; por un lado, el reconocimiento como Museo Antonio Núñez Jiménez por parte del Consejo Nacional de Patrimonio y, por otro, la reciente membresía de la FANJ a la *America Alliance Museum* (AAM).

El reconocimiento del Consejo Nacional de Patrimonio vino acompañado, además, por el otorgamiento de la Categoría Especial, en tanto que, como se manifiesta de forma acertada en la Resolución 28/2015 "se trata de una colección única e irrepetible (...) que posee una gran diversidad y es excepcional por su propia naturaleza". Sin dudas, la personalidad del Dr. Antonio Núñez Jiménez y su labor enciclopédica en los campos de la ciencia y la cultura han sido el hilo conductor de la integración del patrimonio notable que conforman las colecciones de nuestras cuatro salas expositivas.

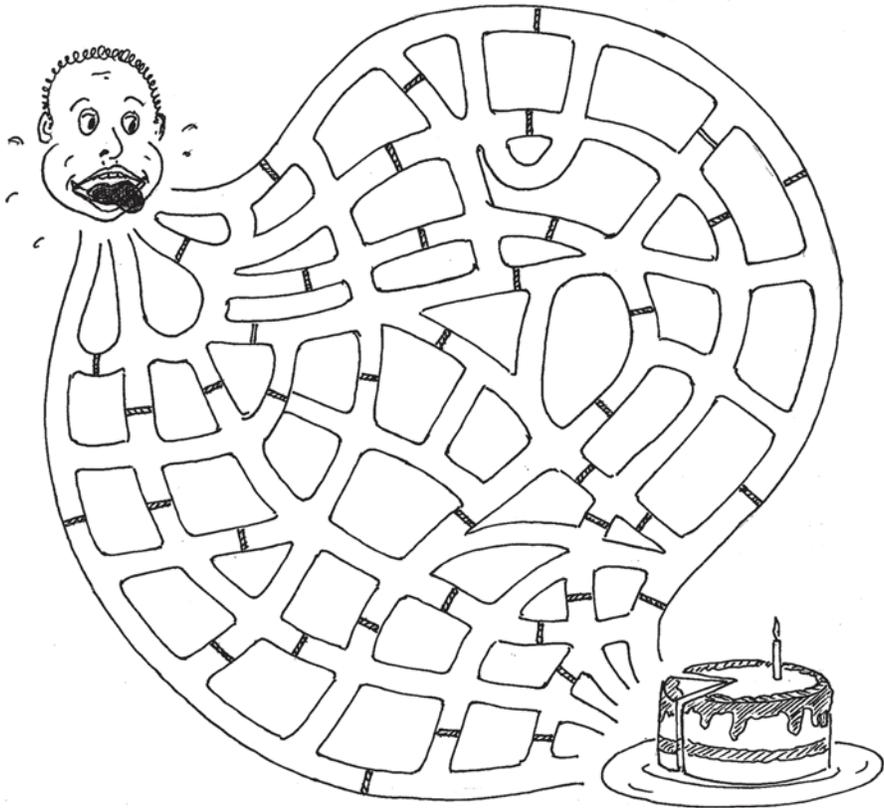
De gran importancia resultó igualmente el hecho de que el Museo Antonio Núñez Jiménez pasara a formar parte de la AAM. Esta institución representa a museos de todas las disciplinas y tamaños en el mundo entero, y tiene como misión fundamental promover la excelencia en colaboración con sus miembros y aliados. A partir de la afiliación a la AAM, la FANJ obtendrá numerosos beneficios y recursos que pueden ayudar a la eficacia del trabajo de nuestro museo y hacerlo aún más atractivo para los visitantes. El programa de Conservación Patrimonial y Servicios Culturales seguirá trabajando en el crecimiento y consolidación definitiva de su labor, siempre entendiendo este tipo de alianzas como un medio para convertirnos en una institución más fuerte en el acceso a las últimas innovaciones, ideas y recursos necesarios para el desarrollo profesional. ■

Claudio Prieto



# LABERINTO

*Claudio Prieto*





FUNDACIÓN  
ANTONIO NÚÑEZ JIMÉNEZ  
DE LA NATURALEZA Y EL HOMBRE

## *Biblioteca Antonio Núñez Jiménez* *Sala Sarah Ysalgué*

LA SALA SARAH YSALGUÉ LE BRINDA LA OPORTUNIDAD DE CONOCER NUESTROS FONDOS BIBLIOGRÁFICOS, ENTRE LOS QUE SE ENCUENTRAN TEMAS COMO: HISTORIA, GEOGRAFÍA, CIENCIAS AUXILIARES DE LA HISTORIA, BIOGRAFÍAS, VIDA Y OBRAS DE JOSÉ MARTÍ, FERNANDO ORTIZ, ALEJANDRO DE HUMBOLDT Y OTROS, TURISMO, OBRA CIENTÍFICA Y LITERARIA DE ANTONIO NÚÑEZ JIMÉNEZ, COLÓN Y DESCUBRIMIENTOS, ESPELEOLOGÍA Y CARSOLOGÍA, DIBUJOS RUPESTRES Y PETROGLIFOS, REVOLUCIÓN, TABACO, EXPEDICIONES, ENTRE OTROS.

Horario: 8:30 am a 3:30 pm de Lunes a Viernes

Dirección: 5ta. B Núm. 6611 entre 66 y 70, Miramar, La Habana, Cuba.

# Visítenos

Miembro de la

**UICN**

Unión Mundial para la Naturaleza



*"Nuestra naturaleza está en la acción.  
El reposo presagia la muerte."*

Séneca