

En la segunda Convención de Comercio, Cuba 2019, se debatió sobre la protección al consumidor y las mejores prácticas y nuevos desafíos que en este ámbito plantea el comercio electrónico

Luego de casi un año de puesta en vigor la [Resolución No. 54 del Ministerio del Comercio Interior \(Mincin\)](#), referida a la protección al consumidor, aún no se obtienen los resultados previstos, pues el trabajo continúa enfocado en dar respuesta a las quejas de los clientes y no en evitar las insatisfacciones.

Por ello, la segunda Convención de Comercio, Cuba 2019, dedicó parte de su jornada de este martes a debatir sobre lo hecho para fortalecer la protección al consumidor, así como a analizar las mejores prácticas y los nuevos desafíos que en este ámbito plantea el comercio electrónico.

Yalina Garbey Rivera, al frente de la **Dirección de Protección al Consumidor del Mincin**, explicó que durante 2019 se ha puesto particular interés en la fiscalización de la normativa, ejercicio llevado a cabo ya en ocho provincias.

Comentó que la ausencia de un sistema de trabajo para hacer sostenible la protección al consumidor y la carencia de mecanismos de compensación al cliente, en correspondencia con el perjuicio recibido, figuran entre las principales irregularidades detectadas.

De ahí que el mayor énfasis estribe, a su juicio, en la creación de condiciones para la prestación de los servicios; en la organización e información en las tiendas; y en la ampliación de las ofertas gastronómicas, así como en la higiene, presencia de los locales y manipulación de los alimentos.

Sobre el comercio electrónico, aún distante de las prestaciones que necesitamos, enfatizó en la necesidad de que los clientes conozcan sus derechos, así como las ventajas de estos servicios.

No obstante, hay que seguir profundizando en que por estas vías no se difunda información engañosa, que los consumidores puedan acceder a los datos mínimos de los productos, y que estén claros los mecanismos para tramitar cualquier reclamación.

Sin menoscabar el control, hay que hacer más expeditos determinados trámites; hay que orientar a los clientes en el consumo para que puedan hacer una valoración objetiva de lo que adquieren; hay que recuperar la confianza y credibilidad en el comercio, trascendió.

YUDY CASTRO MORALES / GRANMA

Ver además