

TÍTULO: La protección jurídica al turista como consumidor.

TITLE: Tourist consumer legal protection.

Autora:

MSc. María Soledad Racet Morciego

Profesora Auxiliar .Departamento Derecho Empresarial-Internacional y Jurídicos Básicos, Facultad de Derecho, Universidad de Camagüey, Cuba.

Email: maria.racet @ reduc.edu.cu

Para consultas, contactar con: isnel.martinez@umcc.cu

RESUMEN:

Se valoraron aspectos generales relativos a la protección dispensada al turista como consumidor. Para ello se realizó un esbozo de algunos de los criterios de la doctrina jurídica más reciente respecto a este. Posteriormente se abordaron las problemáticas más generales que al respecto presenta el ordenamiento jurídico cubano, para concluir que en Cuba se aprecia un marco genérico de protección poco uniforme y débil, como resultado del fraccionamiento por ramas existente en el sistema; díganse civiles, mercantiles, y administrativas, requerido de un cambio para lograr su completa finalidad tuitiva acorde a los momentos actuales.

PALABRAS CLAVES: turista consumidor, protección turista

ABSTRACT:

This paper valued general aspects about the tourist consumer protection. In this order the author performed some doctrinal law foundation more recently considered and she also analysed some comparative law regulations. After that the author analysed the most general aspects of the Cuban law system, to conclude that in Cuba the generic consumer protection system is weak and not uniform as a result of fraction in branches of the system such as civil, mercantile and administrative law, requiring of a change to fulfil its final protective goal according to the new current situation in Cuba.

KEY WORDS: tourist consumer, tourist protection law

INTRODUCCIÓN:

La necesidad de crear una legislación para proteger las relaciones de consumo hoy día es elevada. En respuesta a este interés han surgido, en casi todos los países, numerosas asociaciones no gubernamentales de protección al consumidor, que cumplen un rol destacado en el desarrollo de la conciencia y de la organización de los ciudadanos como consumidores. A pesar de que los derechos de los consumidores han adoptado disímiles formas en las legislaciones, dependiendo de diferentes corrientes y doctrinas, resulta imprescindible, no sólo que se reconozcan sino que sean acompañados por una legislación eficiente, capaz de someter a juicio real de valores la violación de dichos derechos reconocidos, y ello se logra con el establecimiento de los mecanismos idóneos para ello.

Actualmente se considera que dentro de los mercados de servicios existen algunos que requieren una atención especializada, tal es el caso de los servicios del turismo. Si se tiene en cuenta el hecho de que el turismo es ante todo un complejo acto de consumo, entonces, la relación que existe entre consumo y turismo es directa, ya que el segundo está dirigido hacia el primero y a la vez es parte de este como un conjunto más amplio (Krapf Kurt, 2004). Por ello resulta imprescindible analizar los mecanismos de defensa que se reservan a los turistas como consumidores, pues en la actualidad, el acceso masivo a estos servicios se enfrenta a una mayor profesionalidad de los oferentes e intermediarios, quienes colocan cada vez más al consumidor en una posición de inferioridad.

En el caso particular de Cuba, de acuerdo a la heterogeneidad actual de los mercados puede ocurrir que el consumidor resulte lesionado por desconocimiento o situaciones no previsibles en las que se ve afectado en sus intereses. Tomando como base esta necesidad, el ordenamiento jurídico cubano no puede estar exento de disposiciones jurídicas al respecto, pues la protección al consumidor garantiza la seguridad individual y colectiva de los ciudadanos y se erige también en un medio del empresario para garantizar posiciones en el mercado, aún cuando la sociedad cubana no sea considerada una sociedad consumista a la par de las tendencias despiadadas del mercado internacional.

Este artículo analiza algunas de las deficiencias que en relación a la protección de los derechos del consumidor existen en la contemporaneidad, con especial referencia al sector turístico, valorando algunas problemáticas, que desde el orden normativo, presenta hoy el Sistema de protección al consumidor en el turismo cubano. La investigación se dedica a una aproximación a estos conceptos básicos, atendiendo a los juicios de mayor actualidad, incluyendo algunas valoraciones de derecho comparado y nacional.

El turista como consumidor

El término consumidor procede de las ciencias económicas, aunque hoy día forma parte también del lenguaje jurídico. En el ámbito europeo se plantea que las primeras referencias parten del propio Tratado de Roma que en 1957 creó la Comunidad Europea, creándose con posterioridad en el marco de la Unión, la Carta Europea de Protección al Consumidor, para tres años después plasmar esta base programática en medidas concretas a través del Programa Preliminar para una política de protección e información de los consumidores. Es en este período en el que comienzan a desarrollarse los principales

movimientos y organizaciones en defensa de los derechos de los consumidores en el tercer mundo, surgiendo en 1965 la primera organización de este tipo en Malasia.

Desde entonces se produjo una evolución de los movimientos consumeristas a nivel internacional, que tuvo su máxima expresión con la promulgación de las Directrices emitidas para la protección al consumidor en el seno de la Organización de Naciones Unidas (ONU) en 1985. Estas directrices han servido de guía para la regulación jurídica interna de los Estados, y sobre la necesidad de este tipo de regulaciones, se ha dicho con frecuencia que se sustenta en el hecho de que hoy, el consumidor ha pasado de ser soberano, a esclavo del mercado, en tanto se enfrenta al carácter cada vez mas profesional del proveedor, que impone sus condiciones. Entre los principales derechos que reconoció a los consumidores, pueden mencionarse: (Artículo 3, Resolución 39-248).

- El derecho a la protección de la salud y de la seguridad física.
- El derecho a la protección de sus intereses económicos.
- El derecho a la información correcta.
- El derecho a la educación en materia de consumo.
- El derecho a la reparación de los daños y la indemnización de los perjuicios sufridos.
- El derecho de representación (asociación) y audiencia (consulta).

En la doctrina jurídica moderna se han establecido numerosas disquisiciones entorno al término consumidor, con la correspondiente expresión en los cuerpos normativos de los Estados. En España, país vanguardista en las regulaciones de defensa del consumidor, el Real Decreto Legislativo No. 1 de 2007 define claramente el término.

En el caso de Cuba, aunque no existe una regulación normativa expresa para conceptualizar la figura del consumidor, la doctrina más reciente afirma que por tal ha de entenderse a la persona natural, obviando así la posibilidad de admitir como consumidor a la persona jurídica, en tanto la finalidad tuitiva de las normas de protección a los consumidores está dirigida a reconocerle a éstos determinados derechos en ocasión del consumo, el que se caracteriza por una contratación masificada que provoca situaciones de desequilibrio en la relación contractual, en que los consumidores ven lesionados esos derechos, que sólo pueden ser ejercitados por personas naturales, en sentido general (Ojeda Rodríguez, 2004).

La amplitud del concepto de consumidor ofrecido supra permite albergar al turista con toda comodidad en el mismo, por lo que se presupone la consideración del mismo como consumidor en su sentido técnico, es decir, en aquel que desencadena el proceso de protección. Pocas dudas caben entonces acerca de que el turista sea destinatario final de tales bienes y servicios y de que normalmente no los incorpore a un proceso productivo, de transformación o de comercialización. Sin embargo, algunos autores han considerado que el turista no se configura como un consumidor común, y lo fundamenta desde dos puntos de vista: desde el personal y desde la naturaleza de los servicios que recibe, contribuyendo a la conformación de la teoría del plus de protección al turista, que se basa en la necesaria construcción de un régimen tuitivo integral, conformado desde un marco genérico a uno específico (Alcover Garau, 2005).

Al respecto Alcover Garau plantea que el turista es en principio un desplazado, dado que se encuentra fuera del área que conoce y domina, ya sea país, región o pueblo, por lo que se pueden listar las principales problemáticas que enfrenta hoy como consumidor en los lugares de destino:

- En los alojamientos: conflictos con los servicios previamente contratados que se prestan en el lugar de destino, desde los planteados con el alojamiento y su categoría, hasta los que se suscitan con carácter más local (excursiones, visitas...); calificación de establecimientos hoteleros (contratar una categoría y ser alojados en otra categoría); servicios complementarios a los contratados; información de precios: la factura...(cobrar más de lo estipulado); reserva de habitaciones (cambio de la solicitada); sobre-contratación; reenvío de clientes de un hotel a otro o de unos apartamentos a otros en épocas de elevada ocupación y plena-ocupación.
- En la restauración: conflictos en restaurantes, cafeterías, bares, catering, gastronómico como: en señaladas ocasiones con la de cocción de los alimentos; inadecuada presentación del plato, de acuerdo con el rango del establecimiento; imperfecto funcionamiento y decoro de los servicios sanitarios; problemas con la calidad de la comida, mal estado de la misma (no concurra intoxicación, lesión ni muerte), cobrar en exceso, ...
- Incumplimiento contractual por parte de aerolíneas y agencias de viajes.
- Incumplimientos contractuales en establecimientos de hospedaje y comercios. Por ejemplo, la exhibición de tarifas sin denominación de moneda en los carteles expuestos o diferencias entre la tarifa publicitada y la que efectivamente se cobra.

Estas cuestiones básicas añaden un plus de inseguridad al riesgo que implica cualquier acto de consumo y aumentan la dificultad a la reclamación que pueda hacer como consecuencia de una prestación defectuosa.

También puede añadirse que en la inmensa mayoría de las ocasiones, la brevedad del desplazamiento imposibilita o dificulta extraordinariamente tanto la reclamación del turista frente a la prestación defectuosa realizada o frente a su ausencia (incumplimiento total), como la exigencia de un cumplimiento específico (Torres Lana, 2003).

Desde la óptica del empresario, también la protección al consumidor juega un rol fundamental en el turismo. Esto está relacionado con el hecho de que lograr la satisfacción de cualquier consumidor en un destino turístico, significa repitencia y multiplicación del mismo, y brindar seguridad jurídica a estos consumidores. Labor que se ha convertido hoy en una estrategia del empresario para escalar posición de mercado, sin embargo, todavía no se logra la aceptación generalizada de este criterio, ni en el ámbito público ni en el privado, y muchos proveedores continúan viendo en la garantía de los derechos al consumidor un ataque a su actuación.

Al decir del jurista argentino Mosset Iturraspe (2008), parece que no les queda claro que la finalidad es el mejoramiento del mercado y para ello, deben contribuir todos quienes de una u otra forma, estén

involucrados en la relación de consumo, con basamento en los principios de la buena fe y de autonomía de la voluntad.

Con relación a la naturaleza de los servicios turísticos, se parte de la concepción de que están integrados por una gama de servicios múltiples, los que además presentan sus propias características, que los distinguen y los hacen merecedores de una regulación diferenciada, tales como:

- Su forma de contratación. Por lo general se contrata a distancia, con la participación de un intermediario (Agencia) y en ocasiones, por medios electrónicos, luego se dice que paga una ilusión y consume en destino, en tanto se forma una idea de lo que consumirá en un destino, que a veces no conoce, por lo que dependerá de la eficacia de la publicidad, concierta el contrato sobre folletos o mensajes publicitarios cuando las prestaciones del mismo las recibirá materialmente en un lugar alejado de su entorno habitual, y por tanto en unas circunstancias propicias para ser objeto de abusos, siendo víctima frecuente de engaño publicitario.
- Frecuente pago anticipado, sin tener una idea exacta de la correspondencia entre percepción de la calidad que sobre ellos se formó y la realidad de lo que recibe.
- Alta afectación al componente psicológico, la persona puede ser víctima además de un daño moral, en tanto psicológicamente está predispuesta al disfrute y al ejercicio de un derecho que implica utilizar parte de su tiempo en actividades de esparcimiento, que alejen el estrés y garanticen el adecuado uso del tiempo libre y las vacaciones, o bien marcan fechas o eventos irrepetibles en la vida como puede ser una luna de miel o un viaje de realización personal por motivos religiosos.

Marco de protección en Cuba

Según OJEDA RODRÍGUEZ, (2004) la defensa del consumidor en Cuba tiene hoy como finalidad esencial superar el desequilibrio que se origina a partir de la ventaja económica de las entidades que contratan con los consumidores, del mismo modo contrarrestar las consecuencias nocivas resultantes del uso general de la adhesión a condiciones generales como procedimiento por el cual se perfecciona el contrato. Este procedimiento en la mayoría de los casos lesiona los derechos de los consumidores, unido a su vez a la falta de variedad de fuentes a escoger por el consumidor en el mercado cubano, lo que lo conduce a someterse a la voluntad de ese único proveedor o suministrador, agudizándose así la posición de inferioridad de los consumidores en la relación de consumo que se establece entre el consumidor individual y una entidad profesional y organizada, que actúa generalmente, como entidad estatal.

En la actualidad existe una protección fraccionada, distribuida por ramas, dadas las características del modelo al que se afilia el ordenamiento jurídico cubano en la materia. Se considera que existe una dispersión del sistema de normas jurídicas, ya sea desde el punto de vista penal, civil como administrativo, cuyos aspectos son atendidos por distintos organismos y órganos del Estado, por lo que no existe una norma específica a este particular que se encargue expresamente de recoger los derechos y de establecer

los mecanismos o vías para la protección de los consumidores, sino que la defensa de estos se implementa a través de Directrices de Trabajo que cada órgano u organismo debe crear y entregar a la Dirección Nacional de Protección al Consumidor.

La protección constitucional de los consumidores

El primer eslabón del mecanismo de protección a los consumidores es el reconocimiento jurídico de sus derechos en los textos constitucionales de los Estados, quedando éstos obligados a implementar a partir de entonces, un marco legal protector y un conjunto de vías y procedimientos para hacer efectivos tales derechos en caso de violación de los mismos. La Ley Modelo de Consumers Internacional para la protección de los derechos del consumidor de América Latina y el Caribe (revisada en el 2003) contiene un precepto constitucional modelo que debe ser integrado a las constituciones de los diferentes Estados signatarios.

En la Constitución cubana no se encuentra un precepto específico al respecto. No obstante, algunos autores cubanos apuntan que con los derechos reconocidos en el Capítulo VII Derechos, deberes y garantías fundamentales, sobre todo en el artículo 63 que establece el derecho de todo ciudadano a dirigir quejas y peticiones a las autoridades, recibir la atención o respuestas pendientes y en plazo adecuado conforme a la ley, es suficiente para que se entienda reconocida la protección de los derechos de los consumidores. Se oponen al reconocimiento expreso de este derecho, dado el escenario de otros países, donde es considerado como derecho de oposición al Estado (RODRÍGUEZ PALACIO, 2003).

Sin embargo, la autora considera que sí resultaría oportuno dicho reconocimiento, aún cuando la sociedad cubana no sea considerada una sociedad consumista, las personas consumen, ya que el consumo es una actividad humana necesaria y es una etapa propia del proceso económico. A raíz de los cambios que actualmente sufre la economía cubana, en razón del nuevo modelo económico que se proyecta, resulta aún más necesario este reconocimiento, en tanto existe una gama de servicios ofrecidos por el sector no estatal, que operan como arrendatarios o transportistas, y en general cualquier otra actividad relacionada con los servicios.

La protección civil

La Ley 59 de 1987, Código Civil Cubano a partir del libro tercero, título dos, regula las disposiciones generales relativas a los derechos de los usuarios o consumidores en las diferentes modalidades contractuales, básicamente en los contratos de prestación de servicios y compraventa, particularmente a partir del artículo 320 establece lo relativo a los contratos de la prestación de servicios regulando como sujetos a las personas que prestan el servicio, ya sean entidades estatales u otras personas autorizadas, naturales o jurídicas, y por el otro el usuario al que se le reconoce el derecho a estar informado acerca de las características, tarifas y demás particularidades del servicio que recibe así como a la resolución o modificación del contrato y a la indemnización de los perjuicios causados. Sin embargo, a juicio de la autora bien podría sistematizarse esta regulación si el fin común resulta la intención de proteger al consumidor.

A ello se añade que el Código Civil cubano no hace alusión a las nuevas formas de concertación de los contratos, como la adhesión a condiciones generales, lo que es típico en los contratos de servicios turísticos ,sobre todo cuando se adquieren por la modalidad de paquetes ,y que el propio cuerpo legal establece que se regularán en disposiciones especiales (servicios de suministro de agua, gas, electricidad, telecomunicaciones y bultos postales), para los que el Código será supletorio, pero hasta hoy solo se cuenta con leyes de condiciones generales en estos términos para los servicios públicos mencionados.

La protección penal

Consiste en la tipificación como delictivas de aquellas conductas que resultan más lesivas a los derechos de los consumidores. Aquellos consumidores que se consideren afectados por la comisión de delitos pueden proceder a la denuncia del delito ante la autoridad competente o el Ministerio Público que en su caso asumirá el ejercicio de la acción. Nuestro Código Penal 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.

La protección administrativa

Mediante el Acuerdo No. 3529 del 17 de agosto del 1999, del Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros, se declaró al MINCIN como el organismo encargado de dirigir, ejecutar y controlar la aplicación de la política del Estado y del Gobierno en cuanto al Comercio Interior mayorista y minorista de alimentos y otros bienes y los servicios de consumo personal y comercial, además, se le otorgó la misión de atender la protección al consumidor, estableciendo las regulaciones específicas a cumplir por los proveedores. A partir de allí el Ministerio de Comercio Interior crea el sistema de protección al consumidor mediante la Resolución 1/2002, estableciendo el Sistema de Inspección de la Protección al Consumidor en los Organismos de la Administración Central del Estado, los órganos estatales y las entidades nacionales.

El Sistema Nacional de Protección al Consumidor queda integrado por dos subsistemas: el sistema rector y las entidades rectoradas. El sistema rector lo encabeza la Dirección Nacional de Protección al Consumidor, a estos se les subordinan los Grupos Provinciales y las áreas de Control. El sistema de entidades rectoradas lo componen los Organismos de la Administración Central del Estado (OACE) y demás entidades de subordinación nacional; que crean su propio sistema de protección al consumidor a partir de las directrices planteadas por la ONU y las indicaciones del subsistema rector, adaptándolas a sus características particulares, por lo que tienen su propio procedimiento para la solución de conflictos. Por su parte, los Grupos Estatales Provinciales de Protección al Consumidor tienen como objetivos la rectoría a su nivel de la función de la protección al consumidor, por tanto es su obligación fiscalizarla y controlarla en las correspondientes dependencias de las entidades de subordinación nacional pertenecientes al sector estatal, cooperativo y mixto.

Con los Decretos Leyes 67/1983 y 147/1994, acerca de la Organización y la Reorganización OACE respectivamente, se regulan las funciones de estos, estableciéndose la obligación de organizar los mecanismos de respuesta a las reclamaciones de la población, entre ellas las relativas a los derechos e intereses de los consumidores. Independientemente de ello, existen otras disposiciones pertenecientes al

régimen contravencional susceptibles de aplicación a las personas naturales declaradas responsables de las infracciones, siempre que los grupos de protección al consumidor tengan conocimiento de las mismas. Entre ellas podemos mencionar el Decreto Ley No. 155 de 1989 de las Contravenciones de las Regulaciones sobre Precios y Tarifas en el Comercio Minorista, Gastronomía y Determinados Servicios, así también el Decreto No. 267 de 1999 sobre las Contravenciones de las regulaciones establecidas sobre normalización y calidad, sanciona el incumplimiento de los requisitos obligatorios observados en las inspecciones estatales de calidad. Es de señalar, que los miembros del grupo no son inspectores, por lo que no están facultados para imponer dicho régimen, sino que comunican a las instancias correspondientes de Precios y Normalización para que procedan.

El ordenamiento jurídico no cuenta con un cuerpo normativo estructurado para poner en marcha el Procedimiento Sancionador de la Administración, el cual establezca un sistema reglado o estandarizado único de reclamaciones que contenga de manera detallada un sistema de inspección y parámetros por los cuales regirse, las infracciones, y la responsabilidad, ya que cada Organismo de la Administración Central del Estado establece su propia regulación para tramitar y resolver quejas y reclamaciones.

El Ministerio de Turismo, en cuanto a la presentación de quejas o reclamaciones, como cualquier otro Organismo de la Administración Central del Estado, tiene su propio procedimiento para tramitarlas, y en atención a ello cuenta con la Resolución No. 77 de fecha 11 de junio del 2013, Reglamento para la atención a las quejas.

El Ministerio se encarga de la política de protección al consumidor en el sector, y para ello ha elaborado sus propios lineamientos generales aplicando las indicaciones del Ministerio de Comercio Interior, sin embargo no dispone de manera uniforme como cada Cadena organiza su actividad interna, por lo que permite que cada una de ellas establezca sus propias estrategias, lo que si resulta común es el establecimiento de sistemas de retroalimentación de clientes, la obligatoriedad de llevar el libro de opinión del mismo, así como asignar a las áreas de calidad de cada instalación, la función de protección al consumidor. A pesar de contar con estas regulaciones, que inciden en la conformación del sistema, cada Cadena se diferencia de la otra en dependencia de su misión, visión, modalidad de contratación, etc.

A esta concepción existe la oposición lógica generalizada de que los propios prestatarios de servicios, no deben ser los facultados para regular sus relaciones con consumidores y por tanto no son idóneos para la implementación de sistemas destinados a la solución de conflictos con los mismos. El consumidor deberá contar con mecanismos, donde un tercero imparcial resuelva la controversia.

Marco de protección Específico

Además de las normas que conforman el régimen genérico, existe otro grupo de normas que tributan al régimen específico de defensa del turista como consumidor. Entre ellas podemos citar las leyes de competencias turísticas, que definen los derechos, facultades y deberes de los sujetos en la actividad, base jurídica imprescindible para el posterior desarrollo de la legislación turística complementaria. También resultan necesarias normas sobre control de condiciones generales de contratación, de transporte, pasando por el alojamiento y la restauración, normas de publicidad, así como un sistema de normalización

más eficiente para estos tipos servicio, de manera tal que contribuya a una protección reforzada al consumidor.

En Cuba, a pesar de la regulación a nivel corporativo, existe un vacío legislativo en muchos aspectos relativos a la protección jurídica de los destinatarios de servicios turísticos, lo cual está signado en primer lugar por la ausencia de ley de defensa del consumidor y luego por la ausencia de una Ley de Turismo.

CONCLUSIONES:

El turista, como destinatario final de la cadena de consumo, según juicios de mayor actualidad en el Derecho Comparado, debe ser considerado como sujeto requerido de un plus de protección jurídica, dado el conjunto de circunstancias que lo afectan, como son la condición de desplazado, la naturaleza de los servicios que recibe, y la forma de contratación.

No existe hoy en Cuba una armonización legislativa en torno a la regulación de la protección al turista como consumidor, dado que no se cuenta con un marco adecuado que recoja el régimen general y supletorio, ya que el Sistema de Protección al Consumidor vigente se afilia a un modelo de protección sectorial, que carece de reconocimiento constitucional y de una disposición normativa de defensa del consumidor, por lo que su protección es fraccionada debido a un sistema disperso de normas civiles, penales y administrativas, lo que da al traste con un marco genérico fuerte, a lo cual se suma la ausencia de ley de competencias turísticas .

Los cambios en la economía cubana hoy demandan para el sistema de turismo, la búsqueda de fórmulas que estimulen la competitividad, la repitencia y multiplicación del destino turístico Cuba y para ello deberá tenerse en cuenta una regulación normativa que contribuya al mejoramiento de la protección específica para los consumidores de tales servicios, tanto nacionales como foráneos. Aún cuando existen lineamientos generales emitidos por el Ministerio del Turismo y se instrumentan mecanismos comunes para la protección al consumidor a nivel corporativo, no resultan suficientes, por lo que se requiere de normativas que logren una mayor coherencia, uniformidad y establezcan la imparcialidad.

BIBLIOGRAFÍA:

- 1.- CUBA. Gaceta Oficial de la República. Ley No.59 Código Civil cubano. La Habana, 1987.
- 2.- CUBA. Gaceta Oficial de la República. Ley No. 62, modificada per el Decreto Ley No. 140 y el Decreto Ley No. 150. La Habana, 1993-1994.
- 3.- CUBA. Gaceta Oficial de la República. Decreto Ley No. 267 sobre las Contravenciones de las regulaciones establecidas sobre normalización y calidad. La Habana, 1999.
- 4.- Krapf, Kurt. La consumición turística. Traducción de Francisco Muñoz de Escalona. España, 2004, [noviembre de 2013]. Disponible en: <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/>. ISBN: 84-688-8024-8.

5.- Ley Modelo de Consumers Internacional para la Protección del Consumidor en América Latina y el Caribe, revisada (2003). Programas de Educación Legal de la Oficina Regional para América Latina y el Caribe de Consumers Internacional. Disponible en: <http://www.consumidoresint.cl>

6.- MOSSET, ITURRASPE. La protección y defensa de los derechos del turista como consumidor. Necesidad de apropiarse de conocimientos fundamentales para el ejercicio profesional. En: II Jornadas de Reflexión académica. Universidad Nacional del Nordeste. Disponible en http://www.palermo.edu.ar/faculatdes_escuelas/.

7.- LÓPEZ FALCÓN, Adriana y RAMOS SERPA, Gerardo. Evaluación de la alfabetización en información en estudiantes universitarios: estudio de caso en la carrera de Ingeniería Civil de la Universidad de Matanzas. En: Congreso Internacional Universidad 2012 (2012: Matanzas). 8 p.

8.- OJEDA RODRIGUEZ, Nancy. El control de las condiciones generales de contratación como forma de protección a los consumidores. Tesis (en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Jurídicas). La Habana: Universidad de la Habana, 2004.

RODRÍGUEZ PALACIO, Enrique. El consumidor y el usuario en Cuba. La Habana: Ed. Instituto Cubano de Investigaciones y Orientación de la Demanda Interna, 1985.

9.- TORRES LANA, J. A. La protección del turista como consumidor. Valencia: Ed. Tirant lo Blanch.