

Lineamientos para la Protección al Consumidor en la Empresa de Telecomunicaciones de Cuba, S.A. (ETECSA).

1. Satisfacer las necesidades de telecomunicaciones con la instalación y prestación de servicios, hasta alcanzar los niveles previstos por el órgano regulador, según los términos establecidos en las políticas de distribución y contratación aprobadas por los órganos competentes, así como los que se brinden a través de la red comercial y del personal de contacto. Garantizar estas prestaciones de manera integral, teniendo en cuenta las diversas necesidades y las particularidades de los diferentes tipos de consumidores, como pueden ser los de las zonas urbanas o rurales, los sectores residenciales o comerciales, las características y condiciones físicas de los individuos, los diferentes intereses y capacidades económicas, entre otros.
2. Proveer productos y servicios seguros que no atenten contra la salud y la vida ni a corto ni a largo plazo. No comercializar productos y servicios que sean dañinos o fomenten el consumo desmedido. No comercializar ni utilizar en las instalaciones equipos y materiales que atenten contra la integridad física ni la salud humana. Realizar la prestación de los servicios en locales que tengan condiciones adecuadas de imagen y confort, sin barreras y con posibilidades de acceso a todos los individuos. Proveer la facilidad de marcación de números abreviados para los servicios de emergencia del país. Garantizar la protección de la intimidad de los consumidores no divulgando datos personales e informaciones que éstos suministren a la empresa o la que se genere por la utilización de los servicios, a menos que sean autorizadas por el usuario.
3. Concertar contratos con equidad de beneficios y condiciones para ambas partes para la comercialización de productos y servicios primando el principio de la buena fe y sin que prevalezcan los intereses económicos de la empresa en detrimento de los intereses y necesidades de los consumidores. La práctica comercial se basa en la transparencia y en el establecimiento de pactos claros y comprensibles. Diseñar los procedimientos y sistemas para la operación para evitar vulnerabilidades y que permitan ser auditados ante procesos de reclamación. Se garantiza la emisión de facturas o vales de venta que avalen las transacciones.
4. Garantizar que los consumidores cuenten con información suficiente sobre los productos que se comercializan o sobre los servicios que prestan de forma tal que puedan acceder a su consumo de una forma responsable, conscientes de las motivaciones y consecuencias de los actos de consumo y del efecto social, económico y ambiental de estas acciones. La información es fundamentalmente educativa, no para crear falsas necesidades ni inducir al consumo desmedido e irresponsable, propiciando una selección adecuada de los productos y servicios que necesitan para satisfacer sus necesidades reales. Elaborar las informaciones útiles para el consumidor como lo son precios y tarifas, instrucciones de uso, requerimientos, garantías, entre otros, de forma explícita y de fácil comprensión y estar disponibles en soportes de fácil acceso para los consumidores.
5. Garantizar una oferta variada de productos de telecomunicaciones y opciones de servicios en consonancia con las posibilidades de la economía nacional que permitan satisfacer las necesidades de comunicación pudiendo elegir de la oferta lo que considere de acuerdo a sus gustos, intereses y capacidades. Garantizar diferentes vías de acceso a la empresa para la comercialización de productos y servicios, así como para la atención a las quejas y reclamos.
6. Establecer procedimientos ágiles que posibiliten compensación ante deficiencias de los productos comercializados, los servicios prestados o por el incumplimiento de las condiciones y términos acordados aun cuando éstas no hayan sido originadas directamente por el actuar de la Empresa sino por sus proveedores o terceros contratados. Establecer garantías en función de la correlación calidad-precio y de la naturaleza de los productos.
7. Crear vías y mecanismos de atención, suficientes y eficientes que permita a los consumidores expresar tanto sus intereses como sus insatisfacciones por los productos o servicios adquiridos. Garantizar respuestas adecuadas y oportunas a los planteamientos que se reciban, cumpliendo con lo establecido en materia de respuesta a reclamos en el país. Tanto los reclamos, las quejas, como las sugerencias, son elementos importantes para que las áreas de la empresa se retroalimenten y revisen sus procedimientos y proyecciones.
8. Proteger el medioambiente garantizando procesos de comercialización o de prestación de los servicios que no lo afecten directa o indirectamente, no contaminen, se ahorre energía y generen la menor cantidad posible de desechos no reutilizables en otros procesos productivos. Participar activamente en el reciclaje de materias primas y en garantizar un tratamiento adecuado de los residuos no reciclables.
9. Gestionar una cultura de consumidor, dando a conocer sus derechos y el sistema de protección al consumidor de la empresa, así como sus deberes. Fomentar una conciencia social en los consumidores que los eduque para lograr modalidades de consumo sostenibles.
10. Cumplir como proveedores de servicios de telecomunicaciones con los deberes establecidos para con el consumidor.