

RESOLUCIÓN No. 54/2018

POR CUANTO: El Decreto Ley No. 321 de 23 de mayo de 2014, establece que el ministerio del Comercio Interior es el organismo de la Administración Central del Estado que tiene como misión proponer y, una vez aprobadas, dirigir, controlar y fiscalizar las políticas del Estado y del Gobierno en cuanto al comercio interno, mayorista y minorista, la logística de almacenes y la protección al consumidor.

POR CUANTO: La Circular No. 7 de 26 de enero de 2001, emitida por el titular de este organismo, establece las orientaciones sobre Protección al Consumidor en el Sistema del ministerio del Comercio Interior, siendo necesario actualizar estas, disponer las indicaciones para su organización y ejecución, así como derogar la citada Circular.

POR TANTO: En el ejercicio de las facultades que me están conferidas en el inciso a) del artículo 100, de la Constitución de la República de Cuba.

R e s u e l v o:

PRIMERO: Aprobar las “Indicaciones para la organización y ejecución de la protección al consumidor en el sistema de comercio interno”.

SEGUNDO: Las Indicaciones están dirigidas a las personas naturales y jurídicas que realizan la actividad de comercio, relacionadas con la venta de mercancías, gastronomía, servicios técnicos, personales y alojamiento, para proteger los intereses y derechos de los consumidores.

TERCERO: La protección a los consumidores que recurren al comercio electrónico es similar al otorgado en otras formas de comercio.

CUARTO: Para la mejor comprensión de la presente, se consideran los términos y definiciones que se relacionan en Anexo No. I, que forma parte integrante de esta.

QUINTO: Los principios de la protección al consumidor son los siguientes:

- a) Respeto de los derechos del consumidor: Los derechos del consumidor son inviolables por los proveedores e irrenunciables por los consumidores;
- b) educación, información y divulgación en materia de consumo: Se aplican tanto para los consumidores, como para los proveedores y están encaminadas al fomento y elevación de una cultura del consumo sostenible y responsable;

- c) actuación ética y responsabilidad social del proveedor: Quien desarrolla la actividad productiva y de servicios; adopta normas éticas y de conducta; evita prácticas comerciales abusivas o engañosas que perjudiquen la seguridad, salud y los intereses de los consumidores; fomenta y promueve modalidades de consumo sostenibles. El proveedor contribuye activamente a la mejora social, económica y ambiental de su entorno organizacional, tanto interno como externo;
- d) transparencia y profesionalidad: Los mecanismos, procedimientos y procesos de las acciones para la protección al consumidor, concebidos de forma ágil, objetiva y con un eficiente manejo de los recursos, resultan evidentes, claros y comprensibles para las partes; y
- e) prevención y mejora continua: Se implementa en las acciones, mecanismos y procedimientos de la cadena de valores del producto o el servicio, que permitan minimizar los actos violatorios de los derechos del consumidor. La actuación preventiva tiende a la mejora continua y sistemática del desempeño de la organización; crea la capacidad de perfeccionarse cíclicamente, de modo que la protección al consumidor se garantice con mayores expectativas.

SEXTO: Los derechos de los consumidores son los siguientes:

- a) Recibir productos y servicios que cumplan con los requisitos de calidad, insumos del servicio y de seguridad establecidos;
- b) recibir protección contra la publicidad comercial falsa o engañosa y práctica desleal de los proveedores;
- c) satisfacer sus necesidades con un adecuado y oportuno abastecimiento de bienes y servicios de primera necesidad, con especial atención a los grupos vulnerables;
- d) la protección de sus intereses económicos que les permita adquirir productos y servicios con adecuada relación calidad-cantidad-precios, recibir la factura o comprobante de venta en los servicios que se establezcan o se soliciten por el cliente, así como, la entrega completa del dinero que excedió al efectivo entregado por el bien o servicio recibido, incluyendo la moneda fraccionaria;
- e) comprobar el peso del producto adquirido en el área destinada al respecto;
- f) que se muestren en lugar visible los precios de los productos y servicios que se ofertan;
- g) acceder a una información veraz que posibilite elegir conforme a las necesidades, expectativas, deseos y preferencias;
- h) acceder a la información sobre los requisitos a cumplir en los establecimientos en aras de un mejor disfrute de los servicios que se oferten;
- i) contar con garantía, compensación, indemnización y reparación por daños y perjuicios causados, cuando corresponda;
- j) participar, en el intercambio de opiniones en los procesos de decisiones que los afecten;
- k) acceder a modalidades sostenibles de consumo, en las que se reduzca el uso indiscriminado de recursos naturales, materiales tóxicos y la emisión de desperdicios y contaminantes, de tal forma que no se pongan en riesgo las necesidades de futuras generaciones;
- l) disponer de vías y mecanismos para tramitar cualquier insatisfacción, reclamación, conflictos entre consumidores y proveedores por daños, individuales o colectivos, tanto por la vía administrativa como judicial;
- m) que se le dispense un trato amable, transparente, equitativo, no discriminatorio ni abusivo en relación a las condiciones de calidad, cantidad, precio, peso, volumen, medida de los productos y servicios de cualquier naturaleza que adquieran;
- n) que se le muestre el funcionamiento, manipulación o las propiedades de los productos o servicios ofertados, según corresponda; y

o) protección a la privacidad y seguridad de los datos de los consumidores.

SÉPTIMO: Los deberes de los consumidores, son los siguientes:

- a) Realizar una valoración justa y objetiva sobre sus relaciones de consumo;
- b) informarse sobre las características de los productos y servicios antes de efectuar el acto de compra;
- c) ejercer el derecho a defenderse ante cualquier insatisfacción en el acto de consumo;
- d) manifestar su inquietud de forma respetuosa;
- e) respetar las normas y requisitos establecidos por el proveedor en el intercambio de bienes y servicios;
- f) cumplir con las normas de conducta y cuidado de la propiedad social, acorde con las exigencias o requisitos del lugar donde adquiere el bien o servicio; y
- g) contribuir al cuidado del medioambiente y a la protección de sus recursos.

OCTAVO: Las instancias que intervienen para garantizar la protección al consumidor son las siguientes:

- a) La Dirección de Protección al Consumidor del ministerio del Comercio Interior;
- b) la Dirección Estatal de Comercio de cada territorio, direcciones de Comercio de Artemisa, Mayabeque y del municipio especial Isla de la Juventud.
- c) los organismos de la Administración Central del Estado; y
- d) las organizaciones superiores de dirección empresarial, grupos empresariales de comercio, empresas de comercio, gastronomía, servicio y alojamiento, del sistema de la Agricultura, de la Alimentaria y otras que realicen la actividad de comercio, empresa municipal de Comercio de la Isla de la Juventud, entidades y personas naturales o jurídicas que producen, transforman, comercializan y prestan servicios a la población, cuando actúan en calidad de proveedores.

NOVENO: Las líneas de mensajes a utilizar para garantizar los deberes y derechos del consumidor en las entidades que prestan servicios, son las siguientes:

- a) Los derechos y deberes del consumidor, en dependencia del servicio que se presta, deben exponerse de manera que contribuyan favorablemente a su cumplimiento;
- b) consumo sostenible y responsable;
- c) calidad, origen, composición, uso y riesgos de los productos y servicios; y
- d) funcionamiento y normas del Sistema de Protección al Consumidor en la entidad.

DÉCIMO: Las obligaciones generales de los proveedores de productos y servicios, son las siguientes:

- a) Cumplir los requisitos de calidad declarados o establecidos para los productos y servicios; incluye los relacionados con la inocuidad de los alimentos y los insumos de los servicios;
- b) garantizar facilidades para la estancia de los consumidores en las unidades o lugares que ofertan servicios, con prioridad a los grupos vulnerables y eliminar, siempre que sea posible, las barreras arquitectónicas;
- c) asumir la responsabilidad social con relación al respeto, cuidado y protección del medio ambiente;
- d) asumir la responsabilidad moral y material que le impone la relación con los consumidores, ya sea directa o indirecta;

- e) efectuar un correcto pesaje o medición de los productos que se comercializan por peso, volumen o longitud con medios certificados por la autoridad competente, según lo establecido, en los que se incluyen las ofertas gastronómicas;
- f) mantener en buenas condiciones de funcionamiento y debidamente calibrados y certificados los instrumentos de medición que se utilizan en las actividades productivas, comerciales y de servicios;
- g) garantizar la información a los consumidores sobre las características y requisitos de los productos o servicios ofrecidos. Incluye las rebajas de precios y cualquier otra condición determinante, entre ellas la garantía de los productos o servicios, la fecha de producción y durabilidad de los productos perecederos; todo lo cual se consigna en el empaque, recipiente, envase, etiqueta del producto o en el anaquel del establecimiento comercial, según corresponda;
- h) otorgar garantía a los productos y servicios que ofertan;
- i) cumplir y hacer cumplir las regulaciones para la protección del medio ambiente, la calidad y seguridad de los bienes y servicios que se ofertan en la cadena de valores;
- j) capacitar al personal, fundamentalmente el que se relacione directamente con el consumidor, en los aspectos de la protección al consumidor, de manera que pueda avalar la aptitud del servicio o producto que oferta y garantice seguridad al consumidor, así como dotarlos de elementos fundamentales sobre las normas de conducta, cortesía y buen trato; y
- k) atender las quejas, sugerencias y reclamaciones de los consumidores y responder las mismas.

UNDÉCIMO: Los proveedores de productos y servicios del Sistema Estatal tienen además, las obligaciones específicas siguientes:

- a) Establecer sistemas internos para implementar la protección al consumidor, que incluya la compensación ante quejas y reclamaciones;
- b) divulgar los derechos de los consumidores, de forma clara y sencilla, acorde al tipo de servicio que se brinda;
- c) mantener relaciones de coordinación y cooperación con las organizaciones y entidades que participen en la cadena de valores, para fijar y controlar el cumplimiento de los derechos del consumidor;
- d) establecer el mecanismo de atención y orientación al consumidor;
- e) informar a los consumidores, las diferentes vías, mecanismos y lugares establecidos para que puedan efectuar sus reclamaciones;
- f) recepcionar, tramitar y atender de inmediato las quejas de los consumidores, ofrecerles la debida respuesta a su nivel y establecer los mecanismos para la verificación de la atención a estas;
- g) disponer de mecanismos de compensación en los casos que procedan y establecer un plazo máximo de atención y respuesta, en dependencia de la complejidad de la actividad y del importe de lo reclamado;
- h) entregar factura o comprobante de venta, certificado de propiedad y garantía según corresponda, donde conste claramente el establecimiento, identificación del bien o servicio, el precio, la fecha de compra, y consignar adecuadamente los datos en el certificado de propiedad;
- i) garantizar la reparación y mantenimiento de los equipos electrodomésticos, electrónicos, enseres menores y otros, una vez vencida la garantía comercial, en los términos de tiempo definidos tecnológicamente;
- j) definir las medidas a aplicar por concepto de responsabilidad administrativa, ante la vulnerabilidad de los derechos de los consumidores;
- k) al detectarse violaciones de las disposiciones para la protección al consumidor, se adoptarán

las medidas que correspondan en el orden laboral y administrativo y en el caso de verificarse que la conducta por su peligrosidad, pudiera integrar el delito de infracción de las normas de protección de los consumidores o cualesquier otro de los previstos en el Código Penal, se dará cuenta a la autoridad competente para su investigación, aportando los elementos que procedan;

- l) analizar las violaciones e infracciones que conspiran contra la protección al consumidor en correspondencia con lo establecido en la legislación vigente; y
- m) establecer los periodos de evaluación y control de los procedimientos, sistemas de acciones e indicaciones para la protección al consumidor.

DUODÉCIMO: Las direcciones estatales de Comercio y direcciones de Comercio de Artemisa, Mayabeque y del municipio especial Isla de la Juventud, cumplen las acciones siguientes:

- a) Controlar el cumplimiento de la protección al consumidor en el Comercio Interno y garantizar el desarrollo integral del Sistema de Protección al Consumidor en cada territorio;
- b) controlar y exigir que se atiendan y divulguen por los prestatarios de los servicios, sus deberes, así como los derechos de los consumidores;
- c) atender, tramitar y responder las quejas de los consumidores, y controlar los procesos derivados de los planteamientos, reclamaciones, quejas o denuncias y confeccionan informes sobre las principales tendencias y resultados de cada proceso;
- d) ejecutar el monitoreo del mercado para comprobar que los bienes que se comercializan y los servicios que se brinden, cumplan las normas de calidad, salud, seguridad y protección del medio ambiente;
- e) verificar la existencia de un adecuado abastecimiento de bienes y servicios, fundamentalmente los de primera necesidad;
- f) verificar que los proveedores suministren a los consumidores información básica sobre las características de los productos y servicios que ofrecen;
- g) cumplir con las informaciones en materia de protección al consumidor;
- h) promover acciones ante las autoridades correspondientes, sobre las violaciones de los derechos de los consumidores, y exigir las medidas adecuadas para combatir y evitar prácticas que lesionen los intereses de estos;
- i) adoptar medidas ante hechos que afecten la salud y la seguridad de los consumidores e informar con celeridad a la instancia superior;
- j) desarrollar campañas educativas sobre los derechos de los consumidores; y
- k) establecer y mantener relaciones de trabajo con los organismos y entidades en materia de protección al consumidor y otras que propicien el desarrollo del trabajo.

DECIMOTERCERO: Las instancias a las que acuden los consumidores para presentar sus quejas y reclamaciones cuando el proveedor del producto o servicio es del Sistema Estatal, son las siguientes:

- a) Unidad donde recibe el servicio o instancias a las que se subordina;
- b) las direcciones estatales de Comercio y direcciones de Comercio de Artemisa, Mayabeque y del municipio especial Isla de la Juventud; y
- c) la dirección de Protección al Consumidor del ministerio del Comercio Interior.

DECIMOCUARTO: Los consumidores presentan sus quejas y reclamaciones, cuando el proveedor del producto o servicio es de las formas de gestión no estatal, ante una de las personas o instancias siguientes:

- a) Al presidente de la cooperativa o al titular autorizado de la forma de gestión no estatal, según corresponda;
- b) el órgano, entidad nacional u organismo de la Administración Central del Estado que crea la cooperativa y la entidad arrendadora relacionada con esta última, cuando proceda;
- c) las entidades arrendadoras de locales en los casos de trabajadores por cuenta propia arrendados;
- d) las direcciones estatales de Comercio y direcciones de Comercio de Artemisa, y de Mayabeque y del municipio especial Isla de la Juventud; y
- e) la dirección de Protección al Consumidor del ministerio del Comercio Interior.

DECIMOQUINTO: Las instancias señaladas en los apartados Decimotercero y Decimocuarto de la presente realizan la atención a las quejas y reclamaciones mediante las acciones siguientes:

- a) Responder las quejas y otros planteamientos con prontitud y eficacia;
- b) garantizar las informaciones y facilidades necesarias al consumidor, para realizar sus consultas, reclamaciones o sugerencias; y los elementos sobre la tramitación en las diferentes instancias, dejando constancia en los registros de la entidad.

DECIMOSEXTO: Las direcciones estatales de Comercio y las direcciones de Comercio de Artemisa, Mayabeque y del municipio especial Isla de la Juventud, informan al Grupo de Atención al Trabajo por Cuenta Propia del territorio con una frecuencia mensual, el comportamiento de las quejas recibidas sobre los trabajadores por cuenta propia, para su conocimiento y efecto.

DECIMOSÉPTIMO: Las inconformidades con las respuestas a las quejas presentadas por los consumidores, son resueltas por las instancias superiores en un término máximo de 60 días naturales.

DECIMOCTAVO: Los órganos, organismos de la Administración Central del Estado, entidades y personas naturales proveedoras de productos y servicios del comercio, relacionadas con la venta de mercancías, gastronomía, servicios técnicos, personales y alojamiento, están en la obligación de controlar y hacer cumplir, según corresponda, lo que se dispone en la presente Resolución.

DECIMONOVENO: La Dirección de Protección al Consumidor, la Dirección de Inspección Estatal del Comercio, las direcciones estatales de Comercio y las direcciones de Comercio de las provincias de Artemisa y de Mayabeque y del municipio especial Isla de la Juventud, quedan encargadas de controlar el cumplimiento de lo que por la presente se dispone.

VIGÉSIMO: Se deroga la Circular No.7 de 26 de enero de 2001.

VIGESIMOPRIMERO: La presente Resolución entra en vigor a los 30 días naturales a partir de su publicación en la Gaceta Oficial de la República de Cuba.

PUBLÍQUESE en la Gaceta Oficial de la República de Cuba.

ARCHÍVESE el original en la Dirección Jurídica de este organismo.

DADA en La Habana, a los 20 días del mes de abril de 2018.

Mary Blanca Ortega Barredo
Ministra del Comercio Interior

Anexo no. 1

TÉRMINOS Y DEFINICIONES

- a) Cadena de valor: Sucesión concatenada de actividades de una organización o entidad que abarca el proceso esencial desde el diseño hasta la realización de la venta del bien material o la prestación del servicio, de manera que se dé respuesta a las necesidades de los consumidores y se logren resultados beneficiosos para las partes que intervienen;
- b) compensación: Acción de enmendar el daño producido por la calidad de un producto o servicio a través de la reposición del bien, rebaja de precios o tarifa, devolución del efectivo, atención gratuita, entre otros ;
- c) consumidor: Persona natural o jurídica, que adquiera, utilice o disfrute, como destinatario final, bienes y servicios de cualquier naturaleza, usuario final minorista o beneficiario;
- d) consumo responsable: Tener conciencia de los procesos materiales y sociales que están detrás de cualquier bien o servicio;
- e) consumo sostenible: Satisfacer las necesidades humanas sin socavar la capacidad del medio ambiente para asegurar la supervivencia, bienestar y seguridad de las generaciones presentes y futuras;
- f) grupos vulnerables de consumidores: Los correspondientes a personas discapacitadas, niños, mujeres embarazadas y el adulto mayor;
- g) protección al consumidor: Conjunto de principios, disposiciones y acciones organizativas, funcionales y de otro tipo, dirigidos a educar, orientar y amparar a los consumidores en el reconocimiento de sus derechos y deberes, para que puedan ser ejercidos frente a los proveedores en el acto de intercambio, caracterizándose por procedimientos ágiles y eficaces;
- h) proveedor: Persona natural o jurídica de carácter público o privado, que en nombre propio o por cuenta ajena que producen, transforman, comercializan y prestan servicios;
- i) responsabilidad social: Conjunto de acciones, que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores;
- j) sistema de comercio interno: Está integrado por las actividades comerciales y de servicios realizadas por las empresas y otras entidades en el sector estatal, cooperativo, privado y mixto; y
- k) sistema de valor: Colaboración estratégica entre organización con el propósito de satisfacer objetivos específicos de mercado. Es la sucesión de cadenas de valor de las organizaciones o entidades participantes en la creación, distribución, diseño y realización de bienes y servicio.