

6.3.6 Asunto 4 sobre derechos humanos: resolución de reclamaciones

6.3.6.1 Descripción del asunto

Incluso cuando las instituciones operan de manera óptima, pueden producirse controversias en relación con el impacto que las decisiones y las actividades de una organización pueden tener sobre los derechos humanos. Los mecanismos eficaces de resolución de reclamaciones desempeñan un rol importante en el deber del Estado de proteger los derechos humanos. Del mismo modo, para cumplir su responsabilidad de respetar los derechos humanos, una organización debería establecer los mecanismos para que aquellos que crean que se han cometido abusos contra sus derechos puedan llevar el problema ante la organización e intentar obtener una compensación. Este mecanismo no debería perjudicar el acceso a los canales legales disponibles. Los mecanismos no estatales no deberían debilitar la fortaleza de las instituciones estatales, particularmente los mecanismos judiciales, sino ofrecer oportunidades adicionales de recurrir a otras instancias y de obtener compensación.

6.3.6.2 Acciones y expectativas relacionadas

Una organización debería establecer mecanismos de resolución para su propio uso y el de sus partes interesadas, o en su defecto, asegurar su disponibilidad. Para que estos mecanismos fueran eficaces deberían ser:

- **legítimos:** incluye estructuras de gobernanza claras, transparentes y suficientemente independientes como para garantizar que ninguna de las partes involucradas en un proceso de resolución de reclamaciones determinado pueda interferir con la justa gestión de ese proceso;
- **accesibles:** se debería hacer pública su existencia y ofrecer asistencia adecuada a las partes agraviadas que pudieran encontrarse con barreras de acceso, tales como el idioma, el analfabetismo, la falta de conocimiento o financiamiento, la distancia, la discapacidad o el miedo a las represalias;
- **predecibles:** debería haber procedimientos claros y conocidos, un marco temporal claramente establecido para cada etapa, claridad en cuanto a los tipos de procesos y resultados que pueden, y no pueden, ofrecerse y un medio de hacer seguimiento de la implementación de cualquier resultado;
- **equitativos:** las partes agraviadas deberían tener acceso a las fuentes de información, asesoramiento y conocimiento necesarias para comprometerse en un proceso justo de resolución de reclamaciones;
- **compatibles con los derechos:** los resultados y reparaciones deberían ser acordes con las normas sobre derechos humanos reconocidas en el ámbito internacional;
- **claros y transparentes:** aunque la confidencialidad puede ser adecuada en algunos casos, el proceso y el resultado deberían estar suficientemente abiertos al escrutinio público y deberían otorgar el debido peso al interés público, y
- **basados en el diálogo y la mediación:** el proceso debería buscar soluciones acordadas mutuamente para la resolución de reclamaciones a través del involucramiento entre las partes. En el momento en el que se solicite la adjudicación, las partes deberían conservar el derecho a intentarlo a través de mecanismos alternativos independientes.

6.4.5 Asunto 3 sobre prácticas laborales: diálogo social

6.4.5.1 Descripción del asunto

El diálogo social incluye todo tipo de negociación, consulta o intercambio de información entre representantes de gobiernos, empleadores y trabajadores, sobre temas de interés común relativos a inquietudes económicas y sociales. Podría tener lugar entre el empleador y los representantes de los trabajadores en temas que afecten a sus intereses, y podría también incluir a los gobiernos, cuando estén sometidos a debate términos más amplios, tales como la legislación y la política social.

Para el diálogo social se requieren partes independientes. Los representantes de los trabajadores deberían ser elegidos libremente, de acuerdo con las leyes o las regulaciones nacionales o los convenios colectivos, bien por los miembros de su sindicato, o por los trabajadores afectados. No deberían ser designados por el gobierno o por el empleador. A nivel de organización, el diálogo social adopta varias formas, entre las que se incluyen mecanismos de información y consulta como, por ejemplo, consejos de empresas y la negociación colectiva. Los sindicatos y las organizaciones de empleadores, como representantes elegidos de las respectivas partes, desempeñan un rol particularmente importante en el diálogo social.

El diálogo social se basa en el reconocimiento de que empleadores y trabajadores tienen intereses, tanto en conflicto, como en común, y en muchos países desempeñan un rol importante en las relaciones laborales, la formulación de políticas y la gobernanza.

El diálogo social eficaz ofrece un mecanismo para desarrollar políticas y encontrar soluciones que tomen en cuenta las prioridades y las necesidades de empleadores y trabajadores, y por tanto, produce resultados importantes y duraderos para la organización y la sociedad. El diálogo social puede contribuir a establecer la participación y los principios democráticos en el lugar de trabajo, con el fin de obtener un mejor entendimiento entre la organización y quienes desempeñan su trabajo, y hacer saludables las relaciones entre los empleados y la dirección, minimizando así el recurso a costosas disputas industriales. El diálogo social es un medio poderoso para gestionar cambios. Puede usarse para diseñar programas de desarrollo de habilidades

que contribuyan al desarrollo humano y mejora de la productividad, o bien, para minimizar los impactos sociales negativos del cambio en las operaciones de las organizaciones. El diálogo social podría incluir también la transparencia en las condiciones sociales de los sub-contratistas.

El diálogo social puede adoptar muchas formas y presentarse en varios niveles. Los trabajadores podrían querer formar grupos con una cobertura ocupacional, interocupacional o geográfica más amplia. Empleadores y trabajadores están en la mejor posición para decidir en conjunto el nivel más adecuado. Una manera de hacerlo es adoptando acuerdos marco, complementados con acuerdos locales a nivel de organización acordes con la legislación o práctica nacionales.

A veces, el diálogo social podría tratar temas polémicos, en cuyo caso, las partes pueden establecer un proceso de resolución de controversias. El diálogo social también puede estar relacionado con reclamaciones para las que resulta importante contar con un mecanismo de resolución de quejas, particularmente en países donde los principios y derechos fundamentales del trabajo no se protegen adecuadamente. Ese tipo de mecanismo de reclamaciones podría también aplicarse al personal subcontratado.

El diálogo social internacional es una tendencia en crecimiento e incluye el diálogo regional y global y acuerdos entre organizaciones que operan a escala internacional y organizaciones sindicales internacionales.

6.4.5.2 Acciones y expectativas relacionadas

Una organización debería ^[55]^[59]^[113] :

- reconocer la importancia que tienen las instituciones de diálogo social, incluso a nivel internacional, y las estructuras de negociación colectiva aplicables; respetar en todo momento el derecho de los trabajadores a formar sus propias organizaciones o a unirse a ellas para avanzar en la consecución de sus intereses o para negociar colectivamente;
- no obstruir a los trabajadores que busquen formar sus propias organizaciones o unirse a ellas y negociar colectivamente, por ejemplo, despidiéndolos o discriminándolos, a través de represalias o llevando a cabo alguna amenaza directa o indirecta que cree un ambiente de intimidación o miedo;
- proporcionar aviso razonable a las autoridades gubernamentales competentes y a los representantes de los trabajadores, para que las implicaciones puedan examinarse en conjunto, cuando los cambios en las operaciones puedan producir impactos importantes en el empleo, a fin de mitigar, al máximo posible, cualquier impacto negativo;
- en la medida de lo posible, y hasta un punto razonable que no sea perjudicial, proporcionar a los representantes de los trabajadores debidamente designados, acceso a los responsables de la toma de decisiones, a los lugares de trabajo, a los trabajadores a quienes representan, a las instalaciones necesarias para desempeñar su rol y a la información que les permita obtener una perspectiva verdadera y clara de las finanzas y las actividades de la organización, y
- abstenerse de alentar a los gobiernos a restringir el ejercicio de los derechos, internacionalmente reconocidos, de libertad de asociación y negociación colectiva. Por ejemplo, las organizaciones deberían evitar ubicar una filial o el aprovisionamiento de empresas en zonas industriales en las que la libertad de asociación esté restringida o prohibida, incluso aunque la regulación nacional reconozca ese derecho y deberían abstenerse de participar en esquemas de incentivo basados en dichas restricciones.

Las organizaciones podrían querer, también, considerar su participación, cuando sea adecuada, en organizaciones de empleadores, como un medio de crear oportunidades para el diálogo social y ampliar su manifestación de la responsabilidad social, a través de dichos canales.

6.7.3 Asunto 1 sobre consumidores: prácticas justas de *marketing*, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación

6.7.3.1 Descripción del asunto

Las prácticas justas de *marketing*, la información objetiva e imparcial y las prácticas contractuales justas, proporcionan información sobre los productos y los servicios de una manera que pueda ser entendida por los consumidores. Esto permite a los consumidores tomar decisiones fundamentadas en relación con el consumo y las compras y comparar las características de distintos productos y servicios. El objetivo de los procesos contractuales justos es proteger los intereses legítimos, tanto de proveedores, como de consumidores, mitigando los desequilibrios en el poder de negociación de las partes. El *marketing* responsable podría implicar proporcionar información sobre los impactos sociales, económicos y ambientales a través de todo el ciclo de vida y la cadena de valor. Los detalles sobre los productos y servicios que proporcionan los proveedores tienen un rol muy importante en las decisiones de compra, porque esta información podría llegar a constituir la única información disponible para los consumidores de forma rápida. El *marketing* o la información injusta, incompleta, confusa o engañosa puede tener como resultado que los consumidores adquieran productos y servicios que no satisfagan sus necesidades, ocasionar un gasto de dinero, recursos y tiempo ^[122]^[124] y ser incluso peligrosos para el consumidor o el medio ambiente. También puede llevar a un declive en la confianza de los consumidores, sin que éstos sepan a quién creer, ni qué. Esto puede afectar negativamente al crecimiento de mercados de productos y servicios más sostenibles.

6.7.3.2 Acciones y expectativas relacionadas

Al comunicarse con los consumidores, una organización debería:

- no involucrarse en prácticas que sean confusas, engañosas, fraudulentas o injustas, incluida la omisión de información esencial;
- consentir en compartir de forma transparente información pertinente, fácilmente accesible y comparable, como base para una decisión fundamentada por parte del consumidor;
- identificar claramente su publicidad y sus actividades de *marketing*;
- dar a conocer abiertamente los precios e impuestos totales, los términos y las condiciones de los productos y servicios (así como cualquier accesorio que pueda ser necesario para el uso) y los costos de entrega. Cuando se ofrezca crédito al consumo, debería proporcionar detalles de la tasa de interés anual real, así como la tasa de porcentaje anual (*APR*, por sus siglas en inglés) aplicada, que incluye todos los costos involucrados, la cantidad a pagar, el número de pagos y la fecha de vencimiento de las cuotas;
- probar las declaraciones o afirmaciones, proporcionando datos e información relacionados con las mismas, cuando se solicite;
- no utilizar textos, audio o imágenes que perpetúen estereotipos en relación con, por ejemplo, género, religión, raza, discapacidad o relaciones personales;
- considerar de forma primordial en la publicidad y el *marketing* los intereses superiores de los grupos vulnerables, incluidos los niños, y no involucrarse en actividades que puedan perjudicar sus intereses;
- proporcionar información completa, precisa y comprensible que pueda ser objeto de comparaciones en lenguas oficiales o de uso común en el punto de venta y conforme con la regulación aplicable sobre:
 - todos los aspectos importantes de los productos y servicios, incluidos los productos financieros o de inversión, teniendo en cuenta, idealmente, el ciclo de vida completo;
 - los aspectos clave de la calidad de los productos y servicios, determinados utilizando procedimientos de ensayo normalizados y, comparados, cuando sea posible, con desempeños medios o con las mejores prácticas. Proporcionar dicha información debería quedar limitado a circunstancias en las que sea adecuado y práctico y sea de ayuda para los consumidores;
 - aspectos de salud y seguridad relacionados con los productos y los servicios, tales como el uso potencialmente peligroso, materiales peligrosos y productos químicos peligrosos contenidos en los productos o liberados por ellos durante su ciclo de vida;
 - información relativa a la accesibilidad de los productos y servicios, y
 - la localización de la organización, incluidos la dirección postal, el número de teléfono y dirección de correo electrónico, cuando se realice venta a distancia nacional o entre países, incluso a través de Internet, comercio electrónico o por correspondencia.
- utilizar contratos que:
 - estén escritos en lenguaje claro, legible y comprensible;
 - no incluyan términos contractuales injustos, como la injusta exclusión de la responsabilidad, el derecho a cambiar unilateralmente los precios y las condiciones, la transferencia del riesgo de insolvencia a los consumidores o períodos contractuales excesivamente largos y eviten prácticas prestatarias abusivas que incluyan tipos de interés no razonables para los créditos, y
 - proporcionen información clara y suficiente acerca de los precios, características, términos, condiciones y costos, la duración del contrato y los períodos de cancelación.

6.7.4 Asunto 2 sobre consumidores: protección de la salud y la seguridad de los consumidores

6.7.4.1 Descripción del asunto

La protección de la salud y la seguridad de los consumidores implica la provisión de productos y servicios que sean seguros y que no conlleven un riesgo inaceptable de daño cuando se usen o consuman. La protección debería cubrir, tanto el uso previsto, como el uso incorrecto previsible ^{[124] [155]}. Proporcionar instrucciones claras para un uso seguro, incluido el montaje y mantenimiento es también una parte importante de la protección de la salud y la seguridad.

La reputación de una organización podría verse afectada directamente por el impacto en la salud y la seguridad de los consumidores de sus productos y servicios.

Los productos y servicios deberían ser seguros, con independencia de que existan o no exigencias legales en materia de seguridad. La seguridad incluye la anticipación de riesgos potenciales con el fin de evitar daños o peligro. Como no pueden preverse o eliminarse todos los riesgos, entre las medidas para proteger la seguridad, deberían incluirse mecanismos para la retirada de productos y para la recuperación de productos del mercado.

6.7.4.2 Acciones y expectativas relacionadas

Al proteger la salud y la seguridad de los consumidores, una organización debería emprender las siguientes acciones y prestar especial atención a los grupos vulnerables (con especial atención a los niños) que podrían no tener la capacidad de reconocer o evaluar los peligros potenciales. La organización debería:

- proporcionar productos y servicios que, en condiciones de uso normales y razonablemente previsibles, sean seguros para los usuarios y otras personas, para su propiedad, y para el medio ambiente;
- evaluar la idoneidad de las leyes, regulaciones, normas y otras especificaciones en materia de salud y seguridad al abordar todos los aspectos relacionados con salud y seguridad ^{[1] [2] [3] [34] [35]}. Una organización debería ir más allá de los requisitos mínimos de seguridad, cuando exista evidencia de que requisitos más exigentes lograrían un nivel de protección mucho mayor, como en el caso de accidentes en los que se ven involucrados productos o servicios que cumplen con los requisitos mínimos, o de la disponibilidad de productos o de diseños de productos que pueden disminuir el número o la gravedad de los accidentes;
- detener los servicios o retirar todos los productos que todavía se encuentren en la cadena de distribución, cuando se detecte que un producto, después de haber sido introducido en el mercado, constituye un peligro imprevisto, tiene un serio defecto o contiene información falsa o engañosa. Una organización debería recuperar los productos del mercado empleando las medidas adecuadas y los medios para llegar a las personas que compran el producto o hicieron uso de los servicios y compensar a los consumidores por las pérdidas sufridas. Podría ser pertinente y útil el uso de medidas para la trazabilidad en su cadena de suministro.

- minimizar los riesgos en el diseño de los productos de las siguientes maneras:
 - identificando el(los) grupo(s) de usuarios más probables, el uso previsto de los procesos, productos o servicios y el uso incorrecto razonablemente previsible de los mismos, así como los peligros que surgen en todas las fases y condiciones de uso de los productos o servicios y, proporcionando , en algunos casos, productos y servicios especialmente adaptados para grupos vulnerables;
 - estimando y evaluando el riesgo para cada grupo de usuarios o grupo de contactos identificado, incluidas las mujeres embarazadas, derivado de los peligros identificados, y
 - reduciendo el riesgo utilizando el siguiente orden de prioridad: diseño inherentemente seguro, dispositivos de protección e información para los usuarios.
- asegurar el diseño adecuado de la información sobre los productos y servicios, teniendo en cuenta las diferentes necesidades de los consumidores, y respetando las capacidades diferentes o limitadas de los consumidores, especialmente en cuanto al tiempo asignado al proceso de información;
- en el desarrollo de productos, evitar el uso de sustancias químicas dañinas, incluyendo, pero no limitándose, a aquellas que son cancerígenas, mutagénicas, tóxicas para la reproducción, o persistentes y bioacumulativas. Si se ofrecen para la venta productos que contengan dichas sustancias, deberían estar etiquetados claramente;
- cuando sea adecuado, llevar a cabo una evaluación de los riesgos para la salud humana de los productos y servicios, antes de la introducción de nuevos materiales, tecnologías o métodos de producción y, cuando sea adecuado, hacer que esté disponible al consumidor toda la documentación;
- transmitir a los consumidores información vital en materia de seguridad, utilizando, cuando sea posible, símbolos, preferiblemente aquellos que han sido acordados internacionalmente, de forma adicional a la información escrita en forma de texto;
- instruir a los consumidores respecto al uso adecuado de los productos y advertirles acerca de los riesgos que conlleva el uso previsto o el normalmente previsible, y
- adoptar medidas que eviten que los productos se vuelvan inseguros a causa del manejo o almacenamiento inadecuados mientras estén bajo la custodia de los consumidores.

6.7.6 Asunto 4 sobre consumidores: servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias

6.7.6.1 Descripción del asunto

Los servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias son mecanismos que una organización utiliza para abordar las necesidades de los consumidores después de la venta de los productos o la prestación de los servicios. Dichos mecanismos incluyen una instalación adecuada, certificados de garantía, garantías, apoyo técnico acerca del uso, así como disposiciones relacionadas con la devolución, la reparación y el mantenimiento.

Los productos y servicios que no ofrecen un desempeño satisfactorio, ya sea por desperfectos o fallos, o como resultado de un mal uso, podrían acarrear una violación de los derechos de los consumidores, así como pérdida de dinero, recursos y tiempo.

Los proveedores de productos y servicios pueden aumentar la satisfacción del consumidor y disminuir el nivel de quejas, ofreciendo productos y servicios de gran calidad. Deberían proporcionar asesoramiento claro a los consumidores respecto del uso adecuado y de los recursos o soluciones ante un mal desempeño. También pueden hacer seguimiento de la eficacia de sus servicios de postventa, apoyo y de sus procedimientos de resolución de controversias mediante encuestas a sus usuarios^{[124][127]}.

6.7.6.2 Acciones y expectativas relacionadas

Una organización debería:

- tomar medidas para prevenir quejas ^[4], ofreciendo a los consumidores, incluidos aquellos que adquieren los productos por ventas a distancia, la opción de devolver los productos dentro de un período específico de tiempo u obtener otras soluciones adecuadas;
- analizar las quejas y mejorar las prácticas para responder a las quejas;
- ofrecer certificados de garantía que excedan los períodos de garantía otorgados por ley y que sean idóneos para la duración esperada de la vida útil del producto, cuando sea adecuado;
- informar de manera clara a los consumidores acerca de la forma en que pueden acceder a servicios postventa y apoyo, así como de los mecanismos de resolución de controversias y compensación ^[5] ^[6];
- ofrecer sistemas adecuados y eficientes de apoyo y asesoramiento;
- ofrecer mantenimiento y reparación a un precio razonable y en localizaciones accesibles y proporcionar información adecuada sobre el plazo previsto para la disponibilidad de los repuestos de los productos; y
- hacer uso de procedimientos alternativos de resolución de controversias y conflictos y de compensación, basados en normas nacionales o internacionales, que no tengan costo o que tengan un costo mínimo para los consumidores ^[5] ^[6], y que no requieran que los consumidores renuncien a su derecho de entablar recursos legales.

Recuadro 12 — Resolución de controversias del consumidor

La familia ISO de normas de gestión de la calidad contiene un conjunto de tres normas guía relacionadas con: códigos de satisfacción del cliente (diseñados para disminuir la posibilidad de que surjan quejas); gestión de quejas, y resolución externa de controversias (en situaciones donde no es posible resolver las quejas dentro de la organización). Consideradas juntas, estas tres normas proporcionan un enfoque sistemático sobre la prevención y la gestión de las quejas del cliente y la resolución de controversias. Las organizaciones también pueden utilizar una o más de estas normas, dependiendo de sus necesidades y circunstancias. La orientación proporcionada en estas normas ayuda a las organizaciones a cumplir sus obligaciones de compensar a los consumidores y de darles la oportunidad de ser escuchados. Las normas son:

- ISO 10001, *Quality management – Customer satisfaction – Guidelines for codes of conduct for organizations* ^[4]. Esta Norma Internacional ayuda a las organizaciones a desarrollar e implementar códigos de conducta eficaces, justos y precisos.
- ISO 10002, *Quality management – Customer satisfaction – Guidelines for complaints handling in organizations* ^[5]. Esta Norma Internacional proporciona orientación a las organizaciones sobre cómo pueden abordar de manera justa y eficaz las quejas sobre sus productos y servicios.
- ISO 10003, *Quality management – Customer satisfaction – Guidelines for dispute resolution external to organizations* ^[6]. Esta Norma Internacional aborda situaciones en las que las organizaciones no han sido capaces de resolver las quejas a través de sus mecanismos internos de tratamiento de quejas.

6.7.7 Asunto 5 sobre consumidores: protección y privacidad de los datos de los consumidores

6.7.7.1 Descripción del asunto

Con la protección y privacidad de los datos del consumidor se pretende salvaguardar el derecho de los consumidores a la privacidad, limitando el tipo de información reunida y las formas en que esa información se obtiene, utiliza y se mantiene segura. El incremento del uso de la comunicación electrónica (incluidas las transacciones financieras) y las pruebas genéticas, así como el crecimiento a gran escala de las bases de datos, crea inquietudes respecto de cómo se puede proteger la privacidad de los consumidores, particularmente, en lo que respecta a la información de identificación personal^{[36] [123] [124] [125]}.

Las organizaciones pueden ayudar a mantener su credibilidad y la confianza de los consumidores mediante el uso de sistemas rigurosos para la obtención, uso y protección de los datos de los consumidores.

6.7.7.2 Acciones y expectativas relacionadas

Para evitar que la recopilación y el procesamiento de datos de carácter personal infrinjan la privacidad, una organización debería:

- limitar la recopilación de datos de carácter personal a información que sea esencial para la provisión de los productos y servicios, o bien que sea proporcionada con el consentimiento informado y voluntario del consumidor;
- abstenerse de hacer que el uso de servicios o el derecho a ofertas especiales dependa de la aceptación del consumidor de un uso no deseado de datos para fines comerciales;
- obtener los datos únicamente por medios legales y justos;
- especificar el propósito para el que se recopilan los datos de carácter personal, bien con carácter previo, o en el momento de su recopilación;
- no revelar, ni poner a disposición, ni usar los datos de carácter personal, para propósitos distintos de aquellos especificados, incluido el *marketing*, excepto cuando exista consentimiento informado y voluntario del consumidor, o cuando sea requerido por la ley;
- proporcionar a los consumidores el derecho a verificar si la organización dispone de datos sobre ellos y cuestionar estos datos, según esté estipulado por ley. Si el cuestionamiento tiene éxito, la información debería ser borrada, rectificada, completada o enmendada, según sea adecuado;
- proteger, según sea adecuado, los datos de carácter personal mediante salvaguardas adecuadas de seguridad;
- estar abierta a avances, prácticas y políticas relacionadas con los datos de carácter personal y ofrecer de forma inmediata las maneras posibles para establecer la existencia, naturaleza y uso principal de la información personal, y
- revelar la identidad y localización habitual de la persona encargada de rendir cuentas sobre la protección de los datos en la organización (llamado a veces controlador de datos) y hacer a esta persona responsable de rendir cuentas del cumplimiento de las medidas antes mencionadas y las leyes aplicables.

6.7.8 Asunto 6 sobre consumidores: acceso a servicios esenciales

6.7.8.1 Descripción del asunto

Aunque el Estado es responsable de garantizar que se respete el derecho a la satisfacción de las necesidades básicas, hay muchos lugares o condiciones en las que el Estado no asegura la protección de este derecho. Incluso cuando se protege la satisfacción de algunas necesidades básicas, tales como la sanidad, es posible que el derecho a servicios de suministro esenciales tales como la electricidad, el gas, el agua, los servicios de aguas residuales, el drenaje, el alcantarillado y la comunicación, no se logren plenamente. Una organización puede contribuir al cumplimiento de este derecho ^[155].

6.7.8.2 Acciones y expectativas relacionadas

Una organización que suministra servicios esenciales debería:

- no desconectar los servicios esenciales por falta de pago sin darle al consumidor o grupo de consumidores la oportunidad de buscar un plazo razonable para realizar el pago. No debería recurrir a la desconexión colectiva de los servicios que penalice a todos los consumidores, con independencia del pago;
- ofrecer cuando, esté permitido, una tarifa que proporcione una subvención a las personas necesitadas, al establecer los precios y cargos;
- operar de manera transparente, proporcionando información relacionada con el establecimiento de precios y cargos;
- ampliar la cobertura y proporcionar la misma calidad y nivel de servicio a todos los grupos de consumidores, sin discriminación;
- gestionar cualquier racionamiento o interrupción del suministro de manera equitativa, evitando discriminar a cualquier grupo de consumidores; y
- mantener y actualizar sus sistemas para ayudar a prevenir la interrupción del servicio.