Que reforma y adiciona diversas disposiciones de las Leyes Federales de Protección al Consumidor, y de Telecomunicaciones, a cargo del diputado Eduardo Alonso Bailey Elizondo, del Grupo Parlamentario del PRI

El suscrito, Eduardo Alonso Bailey Elizondo, diputado federal de la LXI Legislatura e integrante del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional, con fundamento en lo dispuesto en la fracción II del artículo 71 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; fracción I, numeral 1, de los artículos 6, 77 y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, presenta al pleno de esta soberanía la siguiente iniciativa con proyecto de decreto que reforma los artículos 7, 66, fracción I, y 86, fracción III, inciso a), de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y 64, fracciones VIII y XVI, de la Ley Federal de Telecomunicaciones.

Planteamiento del problema

En México el uso de telefonía celular ha venido creciendo de manera exponencial en los últimos años: en este sentido las grandes corporaciones propietarias de las empresas que concentran la gran mayoría de las líneas telefónicas han venido actualizándose en cuanto a la tecnología y su implementación en el país. Sin embargo este crecimiento ha sido caótico, en beneficio de las grandes empresas; hoy no se tiene claridad con los números de teléfonos existentes; los cobros son por demás arbitrarios en cuanto a cobrar minutos completos en llamadas que no los agotan; no se fracciona el tiempo conforme al tiempo real de llamada; los costos de los aparatos no quedan establecidos con claridad cuando se contratan los planes, habiendo una falsa donación de dichos aparatos, que es claro están incluidos en el costo del servicios; los servicios no pueden ser cancelados aun cuando no se esté de acuerdo con la calidad del servicio; el control de llamadas efectuadas y sus costos no siempre son accesibles al consumidor.

Por todo lo anterior es necesaria que la actualización de las empresas respecto de la tecnología en materia de telefonía celular en el ámbito internacional, sea aparejada con los estándares internacionales de calidad en el servicio y de los precios y tarifas de los mismos; y sobre todo de estándares de competencia y protección al consumidor. Por ello, es necesario contar con legislaciones más adecuadas en el sentido de la protección del consumidor, quien en todo caso deberá de contar con reglas claras en el uso de este servicio.

Exposición de Motivos

Hoy día es difícil concebir un mundo sin el uso de la telefonía celular: El uso del teléfono celular ha pasad a ser, de un medio de comunicación elitista reservado sólo para los extractos de mayor ingreso económico, a ser un instrumento de comunicación que es usado por los grandes sectores de la población, aun los ubicados en los grupos de población considerados tradicionalmente como los económicamente débiles.

Ha dejado de ser solo un instrumento de comodidad que otorgaba privacidad con una comunicación instantánea, a un medio de comunicación popular e indispensable; y en ocasiones, en el único medio de comunicación para grandes sectores de la población, insistiendo, aun en los de menores ingresos económicos.

Hoy día existen una enorme cantidad de usuarios que mediante sistemas de prepago prepago contratan estos servicios de telefonía, ya que ello les permite solo su uso por la cantidad con la que cuentan de crédito y no pagar una telefonía fija, que cada vez es más cara, porque se venden paquetes que obligan a la contratación de servicios adicionales, que en otras condiciones no contrataría; como lo es el internet, y la televisión de paga.

Para septiembre de 2011, por cada 100 habitantes se calculaba que había 17.6 teléfonos fijos, mientras que móviles ascendía hasta 86.4. De los 112 millones 337 mil habitantes censados en 2010 (inegi.org.mx), la Cofetel registró 91 millones 362 mil ochocientas suscripciones a los servicios de telefonía móvil.

Por lo tanto, la telefonía celular y su impacto en la vida diaria es, pues, una realidad de la que no nos podemos sustraer.

La historia de ésta clase de servicio se remonta a 1978, cuando la instalación y operación de un sistema de radiotelefonía móvil (teléfono en el automóvil), se inició, en el Distrito Federal, para un sector, compuesto básicamente por políticos y empresarios de los más altos niveles, con costos sumamente elevados. Era, por tanto, un servicio sumamente elitista.

Es en el año de 1984 cuando surge en el área metropolitana de la Ciudad de México Radiomóvil Dipsa, SA de CV; posteriormente, en 1989 surge la marca Teleofreciendo, dando servicio de telefonía celular en la ciudad de Tijuana, BC. En 1990 se expanden los servicios de Telefonía Celular al Distrito Federal, con el surgimiento de Telcel. Así, de manera paulatina, el servicio comenzó a ofrecerse en el resto del país.

Hoy en día todo el territorio, es como lo menciona su publicidad, Territorio Telcel. La telefonía llegó a todos los rincones del país, y con ello claro está la competencia, aunque sea de manera restringida y marginal.

Sabemos que el Grupo Carso, propietario de Telcel, opera en mercados altamente competitivos a nivel tanto nacional como internacional, en colaboración con otras compañías, entre las que se pueden encontrar a France Cables et Radio, empresa filial de France Telecom, que registra ventas superiores a los 20 mil millones de dólares anuales y opera cerca de 28 millones de líneas telefónicas en Europa (metcrawler.com); y Soutwestern Bell International Holdings, subsidiaria de Sothwestern Bell Corporation, que tiene ventas por más de 9 mil millones de dólares y administra 12 millones de líneas telefónicas en Estados Unidos de América.; todas ellas empresas que se integraron en su momento para la adquisición de Telmex y que garantizaron el desarrollo de una importante red de telecomunicaciones a nivel internacional, más moderna, que impulsó el progreso económico del país.

Y es después de éste proceso de privatización de Teléfonos de México que se inicia la empresa socialmente denominada Radiomóvil Dipsa, SA de CV, de la cual surge la marca Telcel. Sus propietarios son los mismos accionistas de Telmex, siendo el ingeniero Carlos Slim el accionista mayoritario.

La expansión de ésta empresa, según información recabada, ha sido vertiginosa:

Tras la expansión de servicios de telefonía celular iniciada en el Distrito Federal en 1990, el aumento del servicio a lo largo del resto de la República Mexicana llegó hasta posicionar, actualmente, a Telcel como la empresa líder en el país en cuanto a telefonía celular y comunicaciones.

En el año 2010 la industria de las Telecomunicaciones, dentro de la cual Telcel destaca como la de mayor presencia a nivel nacional, se registraron ingresos de alrededor de 220 mil 057 millones de pesos (Cofetel).

Se dice que Telcel no vende teléfonos, sino que ofrece a sus clientes un “Sistema Integral de Comunicación Personal” con la más amplia cobertura nacional y toda una gama de servicios que le permitan ser localizado y mantenerse en contacto desde y a donde sea.

Así, su principal “oferta” es el servicio a clientes. Sin embargo, sabemos hoy en día que no es todo lo eficiente que se pretende y que, por otro lado, si bien su negocio no es la venta de los aparatos, lo cierto es que en los planes de telefonía celular se incluye de manera obligatoria su adquisición, aunque se diga que son regalados. Dependiendo del plan que se contrate, es el aparato telefónico que se otorga, lo que resulta en poca claridad en el mecanismo de la contratación del servicio, con la inclusión del costo del aparato.

El crecimiento de la telefonía es un fenómeno que como legisladores debemos de atender para garantizar a los usuarios las mejores condiciones en su contratación, que no vulnere sus economías, porque como se ha insistido, es ya un elemento de uso común, y muchas veces el único medio de comunicación para amplio sectores de la población. Solo veamos a manera de ejemplo su crecimiento, no solo en el país sino en América Latina.

En el año 2005 el mercado celular alcanzó algo más del 40 por ciento de penetración, o sea, más de 230 millones. De una encuesta elaborada por la consultora argentina Latin Panel 2 y difundida por el diario La Nación de Buenos Aires, en 9 mil hogares de 16 ciudades principales en 15 países latinoamericanos, la telefonía móvil tuvo una penetración de 90 por ciento en Colombia, seguido por Venezuela con el 89 por ciento, Chile con el 87 por ciento y Bolivia con el 82 por ciento.

Estudios comparados señalan que, para 2010, se daría un crecimiento aún más desmedido del uso de la telefonía celular, pues la posición de México ascendió, en tan sólo un año, del octavo al quinto lugar en cuanto a la penetración de telefonía móvil en su población se refiere, con un promedio de 81.33 celulares móviles por cada 100 habitantes, mientras que en 2009 el promedio era de 77 aparatos por 100. El primer lugar lo ocupa argentina, con 141.79 suscripciones por cada 100 habitantes (Dirección de Información Estadística de Mercados Cofetel).

Hasta hace algunos años parecían futuristas algunas aplicaciones más en la telefonía celular, como juegos, reproducción de música MP3, correo electrónico, mensajería de texto (SMS) , agenda electrónica, fotografía digital, cámara de video, y hasta navegación por Internet, en un nivel de convergencia mucho antes inimaginado. Hoy en día estos son valores agregados al servicio de telefonía. , que están impactando directamente en su creciente demanda. Por ejemplo, actualmente se calcula que al menos se intercambian 500 mil millones de mensajes cada año, convirtiéndose así en uno de los medios de comunicación más usados por medio de la telefonía.

La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), como lo especifica la Ley Federal de Protección al Consumidor, en el artículo 20, debe promover y proteger los derechos del consumidor, así como procurar y representar sus intereses para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores; sin embargo, en telefonía celular ha sido marginado de ésta protección al consumidor, como sucede en otros países.

En España existe la ley 26/84 de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y en su artículo 8 señala que “1.La oferta, promoción y publicidad de los productos, actividades o servicios, se ajustarán a su naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad, sin perjuicio de lo establecido en las disposiciones sobre publicidad y de acuerdo con el principio de conformidad con el contrato regulado (...) Su contenido, las prestaciones propias de cada producto o servicio y las condiciones y garantías ofrecidas, serán exigibles por los consumidores y usuarios aun cuando no figuren expresamente en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido”.

Por ello, es necesario que en el caso de la telefonía celular, ante la clara indiferencia de la Cofetel, a quien le corresponde la aprobación de los contratos respectivos para proteger al consumidor, es necesario que ésta procuraduría asuma atribuciones en materia de protección al consumidor usuario de la telefonía celular, de modo tal que, en el proceso de aprobación de los contratos de adhesión que habrán de suscribir las compañías telefónicas y los consumidores, en todos los casos se deba contar con la opinión favorable de la Profeco por ser la instancia que vela por los intereses del consumidor

Asimismo, deberá verificar el cumplimiento de las disposiciones en materia de precios y tarifas establecidas registrados por la autoridad competente y coordinarse con otras autoridades legalmente facultadas para inspeccionar precios y requerir a los proveedores o a las autoridades competentes a que tomen medidas adecuadas para combatir, detener, modificar o evitar todo género de prácticas que lesionen los intereses del consumidor.

La ley 28/84 de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de España ya señalada, va mas allá, estableciendo, en el artículo ya mencionado (8o.), en su fracción tercera aclara que “3.La oferta, promoción y publicidad falsa o engañosa (...) será perseguida y sancionada como fraude. Las asociaciones de consumidores estarán legitimadas para iniciar e intervenir en los procedimientos legalmente habilitados para hacerlas cesar.”

Está claro, como lo podemos observar todos los días, que las empresas de telefonía celular no tienen la mayor intención de establecer con claridad en la contratación de los servicios las precisiones necesarias para establecer cuáles son los importes por el servicio mismo y cuáles se están cobrando por la adquisición de los aparatos, mismos que, aun cuando se diga que son regalados en la contratación de los planes, su valor es recuperado con el uso del servicio que se está contratando. Por ello, es necesario que quede perfectamente establecido en los contratos mismos cuánto importa la contratación del servicio y cuánto importa el valor del aparato, para con ello estar en la posibilidad de llevar a cabo, en su caso, la rescisión de los contratos, cuando no se esté de acuerdo con la prestación del servicios, cubriendo la parte correspondiente del aparato que se entregó en la contratación del mismo. En todo caso se deberá de estar al principio de derecho de la protección de los grupos más vulnerables, en este caso el consumidor, en lo individual, respecto de la gran empresa que presta el servicio, por lo que el contrato deberá ser rescindible en todo momento por el consumidor.

Fundamento legal

El suscrito, Eduardo Alonso Bailey Elizondo, diputado federal de la LXI Legislatura e integrante del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional, con fundamento en lo dispuesto en la fracción II del artículo 71 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; fracción I, numeral 1, de los artículos 6; 77 y 78, del Reglamento de la Cámara de Diputados, presento al pleno de esta soberanía la siguiente iniciativa con proyecto de

Decreto que reforma los artículos 7, 66, fracción I, y 86, fracción III, inciso a), de la Ley Federal de Protección al Consumidor, y 64, fracciones VIII y XVI, de la Ley Federal de Telecomunicaciones

Artículo Primero. Se reforman los artículos 7, 66, fracción I, y 86, fracción III, inciso a), de la Ley Federal de Protección al Consumidor para quedar como siguen:

Artículo 7

Todo proveedor está obligado a informar y respetar los precios, tarifas, garantías, cantidades, calidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones; y en el caso de la telefonía celular, la separación clara del los costos de servicio y los costos de el aparato, así como términos de rescisión anticipada de la contratación de ambos,y demás condiciones conforme a las cuales se hubiera ofrecido, obligado o convenido con el consumidor la entrega del bien o prestación del servicio, y bajo ninguna circunstancia serán negados estos bienes o servicios a persona alguna.

Artículo 66, fracción I

Informar al consumidor previamente sobre el precio de contado del bien o servicio de que se trate, el monto y detalle de cualquier cargo si lo hubiera, el número de pagos a realizar, su periodicidad, el derecho que tiene a liquidar anticipadamente el crédito con la consiguiente reducción de intereses, en cuyo caso no se le podrán hacer más cargos que los de renegociación del crédito, si la hubiere en la telefonía celular se deberán precisar los términos de rescisión del contrato que a este competa, que podrá ser en cualquier momento ajustándose a los términos del propio contrato, cuando una falta o violación en los términos del mismo o no se esté de acuerdo con la calidad del servicio o el aparato. Los intereses, incluidos los moratorios, se calcularán conforme a una tasa de interés fija o variable.

Artículo 86. En los contratos de adhesión de prestación de servicios, el consumidor gozará de las siguientes prerrogativas:

I. ...

II. ...

III. Dar por terminada la prestación de los servicios:

a. Básicos, por medio de la rescisión del contrato, cuando hubiere una falta o violación en los términos del mismo o en las disposiciones en esta ley establecidas, ajustándose al propio contrato.

b...

Artículo Segundo. Se reforma el artículos 64, fracciones VIII y XVI, y se agrega un párrafo segundo del artículo 65 de la Ley Federal de Telecomunicaciones para quedar como sigue:

Artículo 64. La Secretaría llevará el Registro de Telecomunicaciones, que incluirá el servicio de radiodifusión, en el que se inscribirán:

...

VIII. Las tarifas al público de los servicios de telecomunicaciones;

...

...

...

...

XVI . En los casos de contratación de telefonía móvil, los concesionarios deberán solicitar la credencial para votar emitida por el Instituto Federal Electoral y/o cédula única del registro nacional de población (CURP) y/o pasaporte, y acompañarlo con constancia de domicilio oficial con recibo de agua, luz y/o teléfono, además de la impresión de la huella dactilar directamente en tinta y/o electrónicamente. En el caso de teléfonos públicos fijos convencionales y celulares deberá ofrecer el registro de la llamada que incluya número telefónico y ubicación del teléfono. En estos contratos se separará con claridad y se informará al consumidor, el costo por el Servicio y el costo del aparato, y lo términos de la rescisión anticipada. En caso de no estar de acurdo con cualquiera de ellos: estos contratos deberán de contar con la opinión favorable de la Procuraduría Federal del Consumidor.

Transitorio

Único. El presente decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 27 de marzo de 2012.

Diputado Eduardo Alonso Bailey Elizondo (rúbrica)