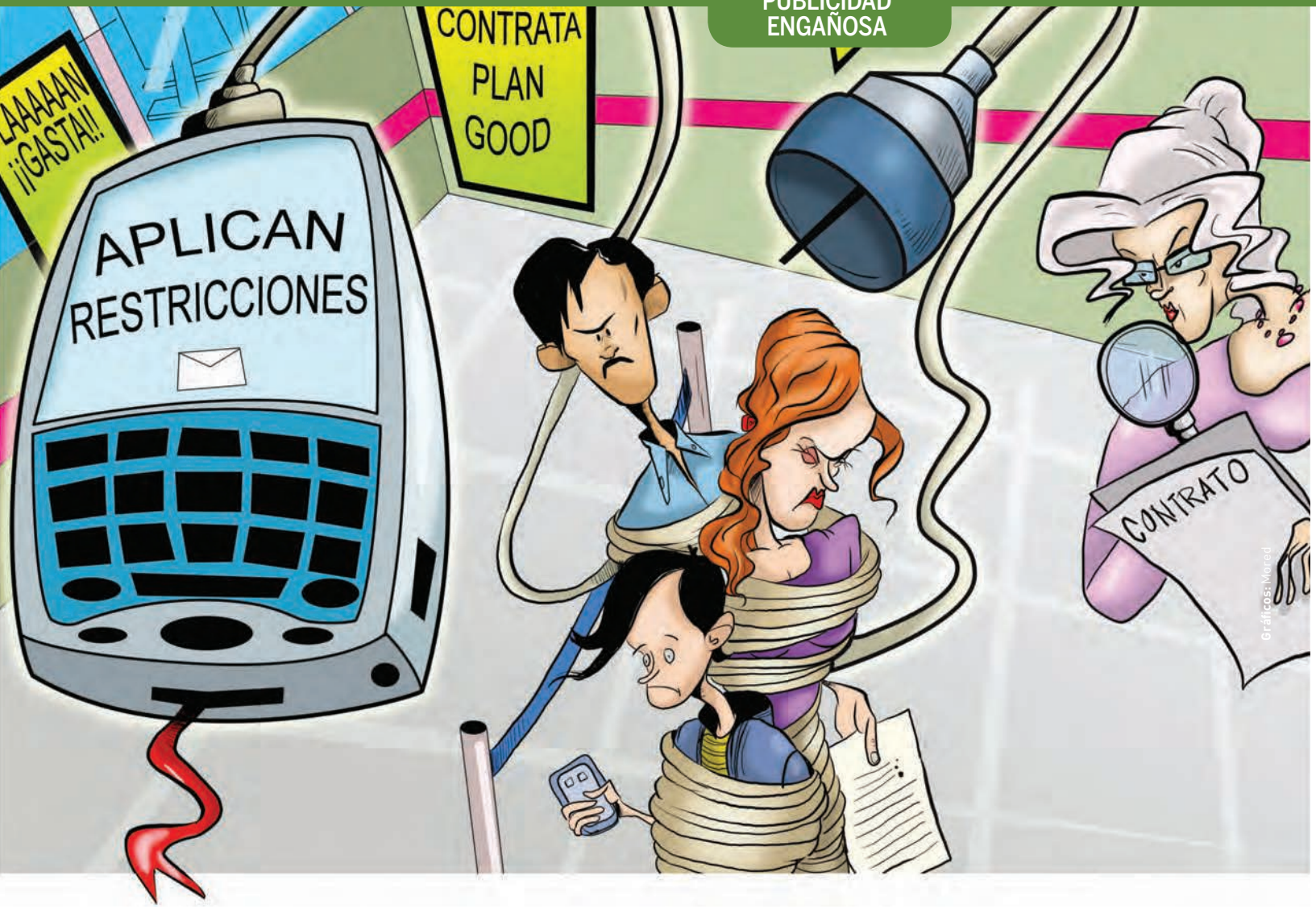


Gráficos: Mured

Telefonía celular:

Engaños de a peso por minuto

"El mejor equipo", "con minutos dobles y a un superprecio"... ¿Te suena conocido? Si quieres detectar algunos de los engaños publicitarios más comunes de las compañías de telefonía celular, sigue leyendo.

Muchos nos hemos ilusionado con tener un celular increíble, de última tecnología, que nos permita estar conectados a las redes sociales, navegar en internet ilimitadamente y que incluya muchos minutos para hablar el tiempo que queramos... y claro, pagar muy poco, tal como nos lo prometen las compañías de telefonía en su publicidad.

En ocasiones esperamos a que lleguen las acostumbradas promociones del Día de los Enamorados, de la Madre o Navidad para sacarle el mayor provecho a nuestro dinero. Y ahí estamos, haciendo fila en las tiendas, atraídos por tentadoras promociones como "dos equipos por el mismo precio", "tu mamá con *smartphone*" o "toda la alegría de la Navidad con llamadas, mensajes y navegación ilimitados". Todo maravilloso... Sales de la tienda con tu móvil de última generación, pero el entusiasmo dura hasta que llega el estado de cuenta, pues terminas pagando mucho más de lo programado por los cargos inesperados.

Pero, ¿por qué? Si tú no habías solicitado ni autorizado para que llegaran promociones, noticias y demás servicios que "increíblemente" la chica del *call center* te informa que tienes contratados y que generan cargos extras.

Los cargos por servicios adicionales –e inesperados–, restriccio-

nes no previstas y limitantes para la contratación o cancelación del servicio en los términos publicitados, son algunos de los engaños más comunes en los que podemos caer.

Además de los engaños a los que estamos sujetos por parte de los proveedores de telecomunicaciones, el gran número de quejas que enfrenta este sector está relacionado con el elevado número de usuarios de este servicio. Al cierre de 2011, existían 94 millones 565 mil suscripciones a teléfonos celulares móviles en México[1]. De las 28 mil 22 quejas contra compañías de telecomunicaciones ante **Profeco,** 40% fue contra compañías de telefonía celular, principalmente relacionadas con problemas con contratos, cobros y garantías.

Ya no más por la libre

Hasta hace poco, los proveedores de telefonía celular, al igual que todo el sector de telecomunicaciones, no estaban regulados ni obligados a registrar sus contratos de adhesión ante **Profeco**. De esta manera, se venían presentando prácticas abusivas por parte de algunos de ellos.

Buscando poner fin a los abusos, **Profeco** impulsó la creación de una **Norma Oficial Mexicana (NOM)** que obliga a los proveedores del sector a registrar sus modelos de contratos de adhesión[2] y a generar mayor información para los consumidores sobre los términos y condiciones de la prestación de sus servicios.

Fue así que, en agosto, se publicó en el Diario Oficial de la Federación la **NOM-184-SFI-2012** Prácticas comerciales – Elementos normativos para la comercialización y/o prestación de los servicios de telecomunicaciones cuando utilicen una red pública de telecomunicaciones (en lo subsecuente NOM), misma que entrará en vigor a partir del 23 de octubre de este año.

PROFECO IMPULSÓ LA CREACIÓN DE UNA NORMA OFICIAL MEXICANA (NOM) QUE OBLIGA A LOS PROVEEDORES DEL SECTOR A REGISTRAR SUS MODELOS DE CONTRATOS DE ADHESIÓN Y A GENERAR MAYOR INFORMACIÓN PARA LOS CONSUMIDORES

Que siempre no

Si después de cinco meses desembolsando más de lo que se suponía que pagarías, te das cuenta de que el paquete que contrataste va más allá de lo que te habían ofrecido y habías aceptado, más vale tarde que nunca, ¿no?

Tanto tú como consumidor como el proveedor tienen derecho de "arrepentirse". Claro, siempre y cuando esto no contravenga lo establecido en el contrato de adhesión y sujetándose a las penas convencionales establecidas en el mismo.

Para evitar que los consumidores se vean en la necesidad de arrepentirse de sus compras o contrataciones por haber sido atraídos por publicidad engañosa, **Profeco** realiza monitoreos constantemente y, en caso de que detecte infracciones a la ley por parte de los proveedores, inicia procedimientos seguidos en forma de juicio y que puede resolver con sanciones económicas.

Las resoluciones emitidas son difundidas en el Portal del Consumidor **(consumidor.gob.mx)**, atendiendo siempre al principio de máxima publicidad de nuestra Constitución y teniendo como límite la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información y las reservas legales que existen en otras leyes.

Profeco **te respalda, ahora con más armas**

Como podrás haberte dado cuenta, algunas compañías de telefonía celular incurren en omisiones o engaños publicitarios que afectan tus decisiones de consumo. Afortunadamente para los usuarios, la nueva **NOM** prevé que todo provee-

¿QUÉ CAMBIA CON LA NOM?

En agosto de este año se publicó en el Diario Oficial de la Federación la Norma Oficial Mexicana **NOM-184-SCFI-2012** Prácticas comerciales – Elementos normativos para la comercialización y/o prestación de los servicios de telecomunicaciones cuando utilicen una red pública de telecomunicaciones.

A partir de su entrada en vigor el 23 de octubre, la información o publicidad que difundan los proveedores de servicios de telecomunicaciones por cualquier medio o forma debe ser veraz, comprobable y exenta de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por engañosas o abusivas.

Y, por si ello fuera poco, ahora también están obligados a tener disponible en sus establecimientos y en su portal de internet el horario de atención, los precios, el hipervínculo correspondiente para consultar las tarifas registradas ante la autoridad competente, las formas de pago, descripción, características y/o contenidos de los planes o paquetes de los servicios de telecomunicaciones y el modelo de contrato de adhesión registrado ante **Profeco**.

Esta última obligación debe cumplirse a más tardar el próximo 22 de diciembre.

dor de telecomunicaciones debe contar con mecanismos de atención al consumidor (teléfonos, correos electrónicos, chat, etcétera) para recibir y atender dudas, aclaraciones y reclamaciones; de manera gratuita, las 24 horas del día, todos los días del año. También puedes acudir a **Profeco** para asesorarte. En esta Procuraduría tienes la posibilidad de denunciar prácticas abusivas por parte de los proveedores y también interponer quejas contra ellos y, en algunos casos, puedes hacerlo en línea desde la comodidad de tu casa.

Por todas estas razones, revisa y verifica que la información de los bienes y servicios que pretendas adquirir sea oportuna, completa, clara y veraz para que tomes mejores decisiones de consumo, y con ello, se respete tu derecho a la información. Si identificas alguna publicidad que pueda ser engañosa, envíala a **publicidadenganosa @profeco.gob.mx** de esta forma contribuirás a la protección de todos los consumidores.

[1] Comisión Federal de Telecomunicaciones http://siemt.cft.gob.mx/SIEM/

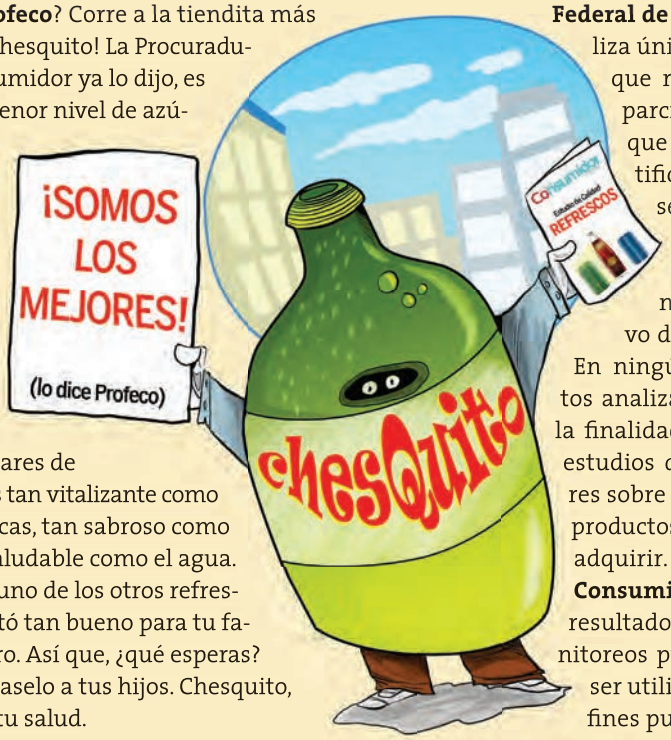
[2] Un contrato de adhesión es el documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio.

QUE NO LE DIGAN, QUE NO LE CUENTEN

"Dime de qué presumes y te diré de qué careces", reza el dicho popular. La publicidad engañosa de algunos productos y servicios acecha entre esos elogios, lista para inducirte a error. ¡Que no te vengan con cuentos!

Chesquito, el mejor según Profeco

¿Tienes ganas de tomar el mejor refresco certificado y avalado por **Profeco**? Corre a la tiendita más cercana ¡y compra Chesquito! La Procuraduría Federal del Consumidor ya lo dijo, es el que contiene el menor nivel de azúcar según la **Revista del Consumidor**. Bébete todo el gran sabor de Chesquito sin preocuparte por tu salud. A diferencia de todos los demás, Chesquito es el único refresco que cumplió con todos los estándares de **Profeco**. Chesquito es tan vitalizante como las bebidas energéticas, tan sabroso como los refrescos y tan saludable como el agua. ¡Comprobado! Ninguno de los otros refrescos analizados resultó tan bueno para tu familia como el nuestro. Así que, ¿qué esperas? Pruébalo tú y cómpraselo a tus hijos. Chesquito, el mejor sabor para tu salud.



Realidad

Este tipo de publicidad no está permitida por la **Ley Federal de Protección al Consumidor**, ya que se utiliza únicamente una parte del estudio de calidad que realizó **Profeco** y, al difundir de manera parcial el estudio, se genera una publicidad que es indudablemente inexacta, parcial, artificiosa y tendenciosa por la forma en la que se presenta. Los estudios de calidad publicados en la **Revista del Consumidor** son resultado de investigaciones permanentes, técnicas y objetivas, con el objetivo de orientar y proteger a los consumidores. En ningún momento determinan si los productos analizados son mejores que otros. Por lo tanto, la finalidad que se persigue con la difusión de los estudios de calidad es informar a los consumidores sobre las características que tienen los bienes y productos que cotidianamente adquieren o desean adquirir. Además, la **Ley Federal de Protección al Consumidor**, en su artículo 44, establece que los resultados de las investigaciones, encuestas y monitoreos publicados por la Procuraduría no podrán ser utilizados por las empresas o proveedores con fines publicitarios o comerciales.