

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

FORMATO PARA PARTICIPAR EN LA CONSULTA PÚBLICA

Instrucciones para su llenado y participación:

- I. Las opiniones, comentarios y propuestas deberán ser remitidas a la siguiente dirección de correo electrónico: lineamientos.publicaciondeinformacion@ift.org.mx, en donde habrá de considerarse que la capacidad límite para la remisión de archivos es de 1 GB.
- II. Proporcione su nombre completo, razón social o denominación social, o bien, el nombre completo del representante legal. Para este último caso, deberá elegir la opción de documento con la que se acredita dicha representación, así como adjuntar –a la misma dirección de correo electrónico- copia electrónica legible de tal documento.
- III. Elija la opción acorde con su consentimiento para que el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) divulgue sus datos personales contenidos en el presente formato, así como lo relacionado con las opiniones, comentarios y propuestas que le sean remitidas.
- IV. Lea minuciosamente el Aviso del recuadro al final de esta página.
- V. Vierta sus comentarios al Anteproyecto, ordenados por Lineamiento, fracción, inciso, párrafo o artículo transitorio.
- VI. De contar con observaciones generales o alguna aportación adicional proporciónelos en el último recuadro.
- VII. Recuerde adjuntar -a su correo electrónico- la documentación que considere conveniente.
- VIII. El período de consulta pública será del 3 de mayo al 14 de junio de 2016. Una vez concluido se podrá continuar visualizando los comentarios vertidos, así como los documentos adjuntos en la siguiente dirección electrónica: http://www.ift.org.mx/industria/consultas-publicas/ficha-de-consulta-publica?project_cp=6359
- IX. Para cualquier duda o comentario sobre la presente consulta pública, favor de contactar a: Jesús Coquis Romero, correo electrónico: jesus.coquis@ift.org.mx, teléfono (55) 5015-4000, extensión: 2725.

I. Datos del participante	
Nombre, razón social o denominación social:	SUBPROCURADURÍA DE TELECOMUNICACIONES DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR
En su caso, nombre del representante legal:	Mtro. Carlos de Jesús Ponce Beltrán, Subprocurador de Telecomunicaciones con fundamento en el artículo 13 Bis del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor
Documento para acreditar la representación: (En caso de contar con representante legal, adjuntar copia digitalizada del documento que acredite dicha representación, vía correo electrónico).	Elija un elemento.
En términos de lo dispuesto en el artículo 21 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, y los artículos 68, último párrafo y 120 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, doy mi consentimiento expreso al IFT para la divulgación de mis datos personales contenidos en el presente formato.	Estoy de acuerdo
AVISO IMPORTANTE	

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

Los comentarios, opiniones y aportaciones presentadas durante la vigencia de la presente consulta pública, serán divulgados íntegramente en el portal electrónico del IFT y, en ese sentido, serán considerados invariablemente públicos. En caso de que los comentarios, opiniones y aportaciones contengan información que pueda ser considerada como confidencial o reservada, se entenderá que, quien participa en este ejercicio, otorga su consentimiento expreso para la difusión de la misma, cuando menos en el portal del IFT. Ello, toda vez que la naturaleza de las consultas públicas consiste en transparentar el proceso de elaboración de nuevas regulaciones, así como generar un espacio de intercambio de información, opiniones y puntos de vista sobre un anteproyecto regulatorio o situación específica que este órgano constitucional autónomo somete a la consideración del escrutinio público, en términos de lo dispuesto por el artículo 120, fracción I de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

II.		III. Comentarios y aportaciones específicas del participante	
		Por estructura del anteproyecto regulatorio	
Apartado	Fracción, inciso o párrafo		Comentario y aportaciones
Primero		<p>Artículo 1. Los presentes Lineamientos tienen por objeto establecer las condiciones para que los concesionarios y los autorizados, de forma clara, comprensible y fácilmente accesible, <u>publiquen</u> información transparente, comparable, adecuada y actualizada sobre los precios y tarifas aplicables, sobre los gastos eventuales relacionados con la terminación del contrato, así como información sobre el acceso y la utilización de los servicios _____ de telecomunicaciones que prestan a los usuarios o suscriptores.</p>	<p>Qué se entiende por “gastos eventuales”</p> <p>Se sugiere homologar el término “servicios” a “servicios de telecomunicaciones” en todo el documento</p> <p>Se propone se defina el medio de difusión para la publicación de información o publicidad al consumidor, y estos pueden ser; televisión, cine, radio, espectaculares, laterales de transporte, anuncios luminosos, carteles, prensa, revistas, correo postal, catálogos, folletos, volantes, material de punto de venta, así como a cualquier otro medio de comunicación, sea impreso, electrónico, telefónico, informático, y de telecomunicaciones.</p>
Segundo		Accesibilidad:	Se sugiere agregar en el artículo 2 la definición de Accesibilidad
Segundo		Comercializadora:	Se sugiere agregar en el artículo 2 la definición de Comercializadora

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

Segundo	II	Contrato de adhesión: Documento elaborado unilateralmente por el concesionario o autorizado ...	Se sugiere agregar a las definiciones el " Contrato tipo " modelo de contrato utilizado por PROFECO para los proveedores de servicios que opten por este contrato.
Segundo	III	Equipo terminal: Todo equipo de telecomunicaciones que utilizan los usuarios para conectarse más allá del punto de conexión terminal de una red pública de telecomunicaciones con el propósito de tener acceso o utilizar uno o más servicios de telecomunicaciones;	Se sugiere homologar el término " red pública " a " red pública de telecomunicaciones " en todo el documento.
Segundo	IV	Fianza: Garantía <u>de Pago: exigida requerida</u> al suscriptor para asegurar el debido cumplimiento de las obligaciones establecidas en el contrato de adhesión; <u>y una vez que se ha dado cumplimiento, esta se devolverá al suscriptor.</u>	Se sugiere no especificar el tipo de garantía, misma que deberá ser devuelta al suscriptor una vez concluido con lo establecido en el contrato de adhesión.
Segundo	V	Información completa: ... Los servicios de telecomunicaciones <u>publicitados, y que son necesarios para que dicha publicidad no induzca</u> al error o confusión por engañosa o abusiva.	En la primera parte de esta definición hablan de los: "... elementos empleados en la publicidad... o en los contratos o formatos electrónicos de contratación.." y en esta parte solo hacen referencia a la publicidad . Se considera que se deben integrar también a los contratos aunque parezca redundante.
Segundo	VI	Información veraz: Aquella información que cuenta con el respaldo documental, técnico o científico que acredita que la publicidad de un determinado servicio de telecomunicaciones es exacta y verdadera , es decir que los atributos del servicio que se anuncia son comprobables, medibles y permite apreciar la realidad de lo que se pretende publicar.	De acuerdo a lo establecido en el Art. 32 LFPC que a la letra dice: [...] En el análisis y verificación de la información o publicidad, la Procuraduría comprobará que la misma sea veraz, comprobable, clara y apegada a esta Ley y a las demás disposiciones aplicables. [...] El proveedor es quien comprobara que la información o publicidad sea veraz, comprobable y clara.

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

			<p>Comentario 2: Publicidad y Promoción, ya que esta es llevada a cabo en tienda y a veces no te dan toda la información hasta que vas a pagar/contratar.</p> <p>Comentario 3: Anuncia y/o se está vendiendo. En PROFECO se han tenido casos en el sentido del comentario anterior, que a la hora de la venta se ofrecen unas condiciones y en el contrato ya no están incluidas.</p>
Segundo	XI	<p>Pena convencional: Sanción establecida en el contrato de adhesión, para el caso de que cierta obligación no se cumpla por cualquiera de las partes, <u>de conformidad con lo establecido en la Ley y la LFPC.</u></p>	<p>Se propone que se incluya “de conformidad con lo establecido en la Ley y la LFPC”</p> <p>Art. 191 LFTR [...] La PROFECO verificará que en los contratos de adhesión se establezcan penas razonables [...]</p> <p>Además conforme al artículo 191, fracción X, el consumidor podrá rescindir el contrato únicamente pagando el costo remanente del equipo.</p> <p>Art. 73 TER fracción IX LFPC “Las penas convencionales que se apliquen tanto al proveedor como al consumidor por el incumplimiento de las obligaciones contraídas, las cuales deberán ser recíprocas y equivalentes, sin perjuicio de lo dispuesto por los ordenamientos legales aplicables;”</p>
Segundo	XIII	<p>Plazo forzoso: Vigencia mínima obligatoria <u>para ambas partes</u> establecida en <u>el</u> un contrato de adhesión para la prestación de <u>los</u> servicios de telecomunicaciones</p>	<p>Se sugiere adecuar la redacción e incluir dentro de la definición el término de equipo terminal de telecomunicaciones, ya que el proveedor no solo contempla en el plan</p>

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

		para ambas partes; El plazo es justificado y se establecen los supuestos por lo que se obliga al consumidor.	el servicio que ofrece, sino también el equipo terminal de telecomunicaciones, ambos forman parte de dicho plazo.
Segundo	XIV	Política de Uso: Condiciones mínimas , reglas, límites o restricciones <u>que establecen los concesionarios o autorizados</u> para la utilización de los servicios de telecomunicaciones que comercializan;	Respecto a este punto, el IFT deberá de considerar revisar y autorizar que las <u>políticas de uso se ajusten al contrato</u> , incluso homologar criterios para dichas políticas de todos los concesionario y autorizados sean o no preponderantes, y así se evitara que sean los propios concesionarios quienes las establezcan, toda vez que la mayoría de ellos crean condiciones y/o restricciones dentro de sus “políticas de uso” que son engañosas y/o abusivas. Estas Políticas de Uso impactan en la tarifa no a las obligaciones de los suscriptores.
Segundo	XV	Promociones: Prácticas comerciales ... y otros eventos similares; <u>con una vigencia determinada;</u>	Incluir en la definición con una vigencia determinada e indicar los términos y condiciones y los parámetros que la rigen.
Segundo		Publicidad:	Se sugiere agregar la definición de Publicidad
Segundo		Tarifa:	Se sugiere agregar la definición de Tarifa
Segundo	XVII	Suscriptor: Persona física o moral que celebra un contrato de adhesión ...	Señalar que se trata del consumidor artículo 2 fracción I LFPC y artículo 3 fracción LXXI de la LFTR.
Cuarto		Los Concesionarios y autorizados estarán obligados a publicar la información... disponible en sus puntos de venta y en las <u>instalaciones</u> que tengan destinadas... permitir su consulta <u>gratuita las 24 horas ...</u>	Incluir cuáles son esas instalaciones: “Tales como distribuidores autorizados, tiendas de conveniencia, módulos informáticos, y cualesquiera otros establecimientos donde ofrezcan sus servicios.” También falta la parte de accesibilidad

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

		Lo anterior, sin perjuicio de cumplir con las demás disposiciones de carácter general que emita el Instituto <u>u otras autoridades competentes</u> , que impongan obligaciones específicas relacionadas con la publicación de información.	Valdría la pena mencionar en este párrafo a la PROFECO, en virtud de tener facultades concurrentes con el Instituto, quedando el párrafo anterior como sigue: Lo anterior, sin perjuicio de cumplir con las demás disposiciones de carácter general <u>que emita el Instituto, la PROFECO, u otras autoridades competentes</u> , que impongan obligaciones específicas relacionadas con la publicación de información.
Quinto	III	Horarios y ubicación <u>actualizada</u> de sus instalaciones... dicha información, y	Dicha información debe ser en formato descargable.
Quinto	IV	La dirección electrónica en donde se pueda consultar <u>fácilmente</u> el contenido de la Carta de Derechos Mínimos de los Usuarios de <u>los</u> Servicios Públicos de Telecomunicaciones.	La Carta de los Derechos es la referida en el DOF, no el de la empresa.
Quinto		El contrato de adhesión registrado ante PROFECO.	Agregar esta fracción.
Sexto		Los concesionarios y autorizados deberán cumplir con los siguientes criterios generales ...	Se debe incluir la regulación aplicable a comercializadoras
Sexto		... Transparente. La totalidad de la información relacionada con la prestación, utilización y el acceso de los servicios <u>de telecomunicaciones</u> debe estar siempre publicada, disponible <u>y actualizada</u> para los usuarios y suscriptores. La publicación de dicha información debe ser completa, veraz, comprobable y exenta de imágenes, marcas, textos u otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o	En este contexto, se considera que al referirse a “...y deberá precisar, de forma clara, legible y comprensible todas las restricciones, términos, condiciones o limitaciones aplicables a los servicios ofrecidos”, debe expresarse que dichas restricciones deben de estar <u>a la vista y fácil acceso del usuario</u> , toda vez que con ello, se estaría evitando el error o confusión a los usuarios y suscriptores, quienes tienen que “buscar” dichas restricciones, términos, condiciones y/o limitaciones, navegando de un link a otro; quedando el párrafo anterior de la siguiente

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

		<p>confusión a los usuarios o suscriptores, y deberá precisar, de forma clara, legible y comprensible todas las restricciones, términos, condiciones o limitaciones aplicables a los servicios ofrecidos.</p> <p>...</p> <p>Adecuada. La información que publiquen los concesionarios y autorizados deber ser la apropiada y conveniente <u>adecuada y suficiente</u> para que los usuarios o suscriptores tomen decisiones informadas respecto a los servicios de telecomunicaciones que desean contratar y conozcan las condiciones y especificaciones de los servicios de telecomunicaciones Dicha información deberá estar disponible a los usuarios antes de que concreten su <u>contratación de sus servicios</u>.</p> <p>Actualizada. La información que publiquen los concesionarios y autorizados y que se hagan disponible a los usuarios y suscriptores, debe estar <u>actualizada permanentemente</u>. La información deberá actualizarse de manera inmediata, es decir, en cuanto se genere, modifique o pierda vigencia. Por ningún motivo se deberá mantener publicada información que no dé certeza a los usuarios o suscriptores por encontrarse desactualizada.</p>	<p>forma:</p> <p>Transparente. La totalidad de la información relacionada con la prestación, utilización y el acceso de los servicios <u>de telecomunicaciones</u> debe estar siempre publicada y disponible <u>y actualizada</u> para los usuarios y suscriptores. La publicación de dicha información debe ser completa, veraz, comprobable y exenta de imágenes, marcas, textos u otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión a los usuarios o suscriptores, y deberá precisar, de forma clara, legible, comprensible, <u>a la vista y fácil acceso del usuario y suscriptor</u>, todas las restricciones, términos, condiciones o limitaciones aplicables a los servicios ofrecidos.</p> <p>Comentario en Adecuada: Así mismo, el formato debe ser descargable en una versión sencilla y clara para el consumidor.</p> <p>Actualizada. La información que publiquen los concesionarios y autorizados debe ser revisada permanentemente y ajustada a la comercialización de los servicios y disponible a los usuarios y suscriptores en todo momento.</p> <p>Faltan incluir las características de completa y veraz a la información</p>
Séptimo		<p>Los concesionarios y autorizados deberán cumplir al menos con las siguientes características <u>en la publicación de información</u></p>	<p>Cabe hacer la observación, que se debe precisar que el tamaño de letra y caracteres utilizados en la publicación de información, deben ser <u>de acuerdo al</u></p>

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

		<p>relacionada con servicios de telecomunicaciones:</p> <p>I. Estar en idioma español, <u>sin perjuicio de que además se exprese en otro idioma</u>, con caracteres legibles a simple vista;</p> <p>...</p> <p>IV. Tamaño y <u>tipo de letra y caracteres uniformes de al menos 12 puntos</u>, utilizando el mismo tamaño de caracteres para toda la información.</p>	<p><u>medio de difusión que se pretenda utilizar.</u></p>
Noveno	I	<p>Monto total, precio y tarifas de los servicios de telecomunicaciones, planes o paquetes, servicios y productos adicionales y promociones, incluyendo los impuestos, <u>comisiones, intereses y seguros</u> a que haya lugar.</p>	<p>De acuerdo al artículo 7BIS párrafo segundo de la LFPC</p> <p>[...] “Dicho monto deberá incluir <u>impuestos, comisiones, intereses, seguros</u> y cualquier otro costo, cargo, gasto o erogación adicional que se requiera cubrir con motivo de la adquisición o contratación respectiva, sea ésta al contado o a crédito.”</p> <p>Asimismo deberá tener información completa y clara respecto de las cantidades y condiciones de los servicios obtenidos derivados de determinado monto pagado.</p>
Noveno	VI	<p><u>Cobertura geográfica</u> en la que son aplicables dichos planes, paquetes, precios, tarifas, ofertas y promociones, en caso de que se encuentren restringidos a una zona geográfica.</p>	<p>La cobertura geográfica debería ser detallada al nivel de localidad y zona. Lo anterior, a que muchas veces mencionan los proveedores que tienen cobertura en todo un estado, cuando en realidad solo es en algunas colonias/zonas, tal es el caso del 4G.</p>
Noveno	VIII	<p>En caso de que el concesionario o autorizado comercialice uno o más equipos terminales... entre ella la información relativa a su desbloqueo, instrucciones de uso y garantía, <u>la cual no podrá ser inferior a 60 (sesenta) días.</u></p>	<p>De acuerdo al artículo 77 de la LFPC que dice:</p> <p>“Todo bien o servicio que se ofrezca con garantía deberá sujetarse a lo dispuesto por esta ley y a lo pactado entre proveedores y consumidor. Para los efectos del párrafo anterior <u>la</u></p>

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

			<p><u>garantía no podrá ser inferior a sesenta días contados a partir de la entrega del bien o la prestación total del servicio.”</u></p>
Noveno	IX	<p>... En caso de que el concesionario o autorizado no cuente con el equipo terminal adecuado para asegurar la provisión del servicio contratado, deberá informar <u>y publicar</u> claramente al usuario sobre esta situación y las características del equipo que tendría que adquirir, <u>previo a la contratación.</u></p>	<p>Respecto a este punto, se establece que en caso de que el usuario no cuente con el equipo adecuado para la provisión del servicio o las características del equipo que tendría que adquirir, el concesionario deberá informarlo <u>claramente</u> al usuario, sin embargo, no detalla o precisa ¿dónde? debe informarlo. En ocasiones, existen diversos servicios que requieren de equipos terminales en específico, para poder tener las características publicitadas u ofrecidas, tal es el caso, de <u>la velocidad de acceso a internet</u>, donde la mayoría de los concesionarios ofrecen velocidades de hasta 200 Mbps o en algunos de hasta 300 Mbps, sin embargo, <u>no ponen a la vista</u> del usuario o suscriptor que equipos terminales cuentan con las características mínimas requeridas que soportan estas velocidades. Por lo que, se considera que este tipo de situaciones y/o limitaciones, deben de estar a la vista del usuario, quedando el párrafo anterior de la siguiente forma:</p> <p>IX. En caso de que el concesionario o autorizado no cuente con el equipo terminal adecuado para asegurar la provisión del servicio contratado, <u>deberá informar y publicar claramente</u> al usuario sobre esta situación y las características del equipo que tendría que adquirir.</p>
Noveno			<p>Faltan incluir conceptos de información relacionada con garantías, mecanismos de cancelación, estándares de calidad, tecnologías disponibles y coberturas de dichas garantías.</p>

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

Décimo	I	Pagos extemporáneos. En caso de que sea procedente algún cobro por pago extemporáneo, el concesionario o autorizado deberá publicar los cargos o penas que se originen por este hecho.	En su caso deberán estar registrados ante el IFT e incluir su número de registro.
Décimo	II	Intereses. En caso de que aplique cualquier cobro por concepto de intereses, incluidos los moratorios, el concesionario o autorizado deberá publicar lo siguiente: I) Supuestos que motiven su cobro; II) Tasa bajo la cual serán calculados; III) Plazo en que empezará a correr dicho cobro de intereses, y IV) Forma en la cual deben de ser cubiertos por el usuario o suscriptor.	Se debe incluir la regulación aplicable a comercializadoras
Décimo	III	Gastos asociados En caso de que el concesionario o autorizado realice cargos por gastos de instalación, gastos de contratación, <u>así como cualquier otro gasto que este registrado</u> , tendrá la obligación de publicar <u>claramente</u> al menos lo siguiente: I) Monto total de los cargos, y II) Forma en que el usuario o suscriptor tendrá que realizar el pago de los mismos. <u>III) Folio de registro.</u>	Deberá ser mucho más preciso el término "así como cualquier otro gasto" toda vez que es ambiguo y poco claro, además en su caso deberán estar registrados cualquier gasto que se pretenda cobrar al consumidor.
Décimo Primero		Los concesionarios y autorizados deberán publicar fácilmente identificable <u>las tarifas más económica (mínima) y la tarifa más costosa (máxima)</u> de cada uno de los servicios <u>de telecomunicaciones</u> que comercializan, así como el plan o paquete básico y el más completo que ofrecen a los usuarios o suscriptores, a efecto de	Cabe mencionar que el artículo 15 de la LFTR que establece las atribuciones del Instituto, no hace mención alguna respecto al hecho de que los concesionarios deban publicar sus tarifas mínimas y máximas, únicamente la fracción XXIV menciona lo siguiente; "Autorizar, registrar y publicar

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

		<p>que este sea un elemento que permita comparar de manera general la oferta comercial de los concesionarios y autorizados.</p>	<p>las tarifas de los servicios de telecomunicaciones y de radiodifusión en los términos de esta Ley, y cuando los títulos de concesión lo prevean, así como cuando se trate de medidas establecidas a los agentes económicos preponderantes o con poder sustancial”.</p> <p>Por otro lado, en la LFPC se determina como una atribución en materia de una verificación el tener a la vista precios y tarifas. Art. 24 fracción XIII, establece como atribución de la PROFECO;</p> <p>XIII. Vigilar y verificar el cumplimiento de las disposiciones en materia de precios y tarifas establecidos o registrados por la autoridad competente y coordinarse con otras autoridades legalmente facultadas para inspeccionar precios para lograr la eficaz protección de los intereses del consumidor y, a la vez evitar duplicación de funciones.</p> <p>Por lo anterior se deberán publicar TODAS las tarifas que establezca el proveedor.</p>
<p>Décimo Segundo</p>		<p>Los concesionarios y autorizados deberán publicar las <u>unidades de medida</u> que utilizan para cuantificar desagregadamente el consumo de los servicios <u>de telecomunicaciones</u> que comercializan y sus equivalencias entre estas, a efecto de permitir la comparación de los servicios y tarifas que ofertan otros concesionarios y autorizados.</p>	<p>La Ley Federal sobre Metrología y Normalización establece que el Sistema Internacional (SI) es el sistema de unidades oficial en México, el cual está definido por la Norma Oficial Mexicana NOM-008-SCFI-2002, “Sistema General de Unidades de Medida”. y es la utilizada en el artículo 34 de la LFPC.</p> <p>Para el caso de servicios de</p>

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

			<p>telecomunicaciones ¿Bajo qué <u>sistema de unidades de medida</u> se registrará el concesionario o autorizado para cuantificar el consumo de los servicios? Deben estar contenidas en el contrato de adhesión.</p>
Décimo Segundo	Segundo párrafo	<p>Asimismo, los concesionarios y autorizados que limiten sus servicios <u>de telecomunicaciones</u> a un número de unidades, capacidad o <u>velocidad</u> deberán publicar claramente <u>las cantidades</u> a las que se encuentran limitado, y en caso de no tener alguna restricción, deberá hacerse constar dicha información.</p>	<p>La velocidad en términos de la <u>velocidad promedio</u>, de subida y de bajada</p>
Décimo Cuarto	I	<p>Penas convencionales. Los concesionarios y autorizados deberán publicar las penas convencionales derivadas de la terminación anticipada del contrato por cada uno de los servicios, planes o paquetes tarifarios que publicite, la cual deberá contener al menos lo siguiente: I) Procedencia, determinación y aplicación de penas convencionales; II) Monto de las penas convencionales <u>mínimas y máximas</u> establecidas en el contrato; y, III) Tiempo y forma en que deban ser cubiertas por el <u>suscriptor</u>.</p>	<p>No solo el consumidor-usuario incumple, también debe conocer a lo que se hace acreedor el proveedor. Artículo 73 TER Fracción IX LFPC IX. Las penas convencionales que se apliquen tanto al <u>proveedor como al consumidor</u> por el incumplimiento de las obligaciones contraídas, las cuales deberán ser recíprocas y equivalentes, sin perjuicio de lo dispuesto por los ordenamientos legales aplicables;</p>
Décimo Cuarto	II	<p>Garantía de pago Fianza o Depósito—Los concesionarios y autorizados <u>que hayan</u> solicitado a sus usuarios o suscriptores la constitución de una fianza o depósito....</p>	<p>La Garantía de Pago debe ser justificada</p>

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

Décimo Quinto	III	<p>Cancelación de los servicios. Los concesionarios y autorizados, deberán publicar la información relativa a la cancelación de los servicios <u>de telecomunicaciones</u>, la cual contendrá al menos lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> I) Requisitos para realizar cualquier tipo de cancelación; II) Procedimientos detallados que deba seguir el usuario o suscriptor para poder realizar la cancelación de algún servicio. III) Duración del procedimiento de cancelación y tiempo máximo de respuesta; IV) Persona facultada V) Medios por los cuales se pueden realizar las cancelaciones, incluidos los electrónicos; VI) Y consecuencias económicas de ser el caso; 	<p>De conformidad a lo establecido en el artículo 191 fracción XVIII de la LFTR dice:</p> <p>“A cancelar el contrato sin necesidad de recabar autorización del concesionario o autorizado, ni penalización alguna cuando el plazo pactado concluya, excepto cuando se renueve el contrato por continuar usando y pagando los servicios de telecomunicaciones contratados originalmente;”</p> <p>Indicar que puede ser por convenir a sus intereses o por incumplimiento de términos y condiciones.</p> <p>En este apartado deberían especificar que la cancelación de los servicios no incluye a la cancelación de los <u>servicios adicionales</u>,</p>
Décimo Quinto	IV	<p>Instalación del servicio. Los concesionarios y autorizados, deberán publicar la información relativa a los días y horas hábiles para llevar a cabo la <u>instalación o desinstalación del servicio</u>.</p>	<p>Se recomienda modificar la frase, ya que el término “<u>instalación del servicio</u>” no es adecuado, ya que “instalación” se utiliza para equipos, software o algo físico por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> .- Instalación del equipo para dar el servicio de telecomunicaciones .- Instalación del software <p>Por otro lado, se deberían considerar:</p> <ul style="list-style-type: none"> .- Los <u>costos</u> de instalación. .- Supuestos de <u>cancelación</u>
Décimo Quinto	V	<p>Atención al público. En la información relativa a la atención al público, el concesionario o</p>	<p>La atención al público debe ser <u>gratuita</u></p> <p>Se sugiere modificar la redacción ya que es confusa</p>

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

		<p>autorizado se obliga a publicar al menos lo siguiente:</p> <p>I) Domicilio y mapa de ubicación de las oficinas o centros de atención al público;</p> <p>II) Números telefónicos de atención y, en su caso, la dirección o medios electrónicos para este fin, y</p> <p>III) Los días y horarios de atención para ambos casos.</p> <p><u>IV) Tiempo máximo para recibir atención en aclaración de dudas</u></p>	<p>...</p> <p>II) Números de atención telefónica y/o medios electrónicos para este fin, y</p> <p>III) Los días y horario de atención.</p>
Décimo Quinto	VII	<p>Quejas. Los concesionarios y autorizados deberán publicar la información relativa a la presentación y seguimiento de quejas atendiendo a lo siguiente:</p> <p>I) Señalar los diferentes canales de atención con que cuenta, <u>y que es gratuita;</u></p>	Redacción
Décimo Quinto	IX	<p>Velocidades. Los concesionarios y autorizados que presten el servicio de transmisión bidireccional de datos o acceso a internet, deberán publicar las velocidades de transferencia de datos promedio bajo las cuales prestan sus servicios <u>atendiendo en todo momento la fracción VI del artículo 9 del presente lineamiento.</u></p>	Redacción
Décimo Quinto	X	<p>Mapas de cobertura. Los concesionarios y autorizados deberán publicar <u>en un formato descargable y actualizada</u> las áreas de cobertura de los servicios <u>de telecomunicaciones</u> que prestan, de conformidad con las disposiciones administrativas aplicables;</p>	Redacción
Décimo Quinto	XI	<p>Uso de los servicios fuera del país. Los concesionarios y autorizados deberán publicar el</p>	En el procedimiento debe señalar que se le dará un aviso previo al usuario respecto a la zona de roaming. Sobre

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

		<p>procedimiento <u>detallado para la de</u> activación y desactivación de los servicios de <u>roaming telecomunicaciones</u> cuando el usuario o suscriptor <u>se encuentre fuera del país</u>, así como las tarifas, paquetes y promociones aplicables por cada uno de los servicios, en caso de que el usuario o suscriptor requiera utilizarlos.</p>	<p>todo en los casos de fronteras.</p>
Décimo Quinto	XIII	<p>Portabilidad. Además de las obligaciones de información y difusión... <u>y a través de e</u> informarles la dirección electrónica a través de la cual pueden consultar el estado que guarda su trámite de portabilidad.</p>	<p>Redacción</p>
Décimo Quinto	XIV	<p>Cancelación de servicios adicionales. Los concesionarios y autorizados deberán publicar la información relativa para la cancelación de los servicios adicionales, atendido-atendiendo a lo siguiente: I) Forma de cancelación de servicios adicionales II) Requisitos de cancelación de servicios adicionales III) Tiempo establecido para que el usuario o suscriptor pueda solicitar la cancelación de los servicios adicionales, y IV) Duración del procedimiento de cancelación, y V) Costo total y desagregado de la cancelación.</p>	<p>La LFPC establece que el consumidor este al corriente en sus obligaciones contractuales y se hubiese vencido el plazo mínimo pactado.</p> <p>El artículo 86 TER de la LFPC fracción III dice: <u>Dar por terminada la prestación de los servicios adicionales, especiales o conexos al servicio básico en el momento que lo manifieste de manera expresa al proveedor, sin que ello implique que proceda la suspensión o la cancelación de la prestación del servicio básico. El consumidor sólo podrá hacer uso de esta prerrogativa si se encontrare al corriente en el cumplimiento de todas sus obligaciones contractuales y se hubiese vencido el plazo mínimo pactado: y</u></p> <p>De conformidad a lo establecido en la NOM-184-SCFI-2012 en el numeral 5.2.17.1 “Establecer que sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 86 TER de la Ley, el consumidor podrá dar por terminada la prestación de los servicios</p>

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

			adicionales, para lo que el proveedor tendrá <u>un plazo máximo de 5 días naturales</u> a partir de dicha manifestación para cancelarlo,..."
Décimo Quinto	XV	Otros servicios prestados por terceros. Los concesionarios y autorizados que permitan, a través de su red pública de telecomunicaciones o la red pública que utilizan para la prestación de su servicios de telecomunicaciones, la comercialización de servicios por parte de terceros, deberán publicar la siguiente información:	Determinar: Cómo se autoriza el cobro de terceros por el proveedor de servicios y Quién hace frente a las quejas.
Décimo Sexto		Corresponde al Instituto supervisar y verificar que los concesionarios y autorizados cumplan con lo establecido en los presentes lineamientos.	Se considera importante señalar que también PROFECO puede supervisar y verificar la información o publicidad relacionada sobre productos o servicios, y no solo el Instituto ya que estos lineamientos impactan directamente en los consumidores. Del artículo 191 último párrafo de la LFTR dice: "El Instituto y la PROFECO se darán vista mutuamente, cuando los concesionarios o autorizados incurran en violaciones sistemáticas o recurrentes a los derechos de los usuarios o consumidores previstos en esta Ley y en la Ley Federal de Protección al Consumidor, a fin de que en el ámbito de sus atribuciones realicen las acciones necesarias para su protección y restitución o, en su caso, para que el Instituto imponga las sanciones por incumplimiento de obligaciones a los concesionarios." También se debe vigilar el cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 293 de la

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

			LFTR “El Instituto verificará que los concesionarios que operen redes públicas de telecomunicaciones y los autorizados proporcionen al público información completa y veraz sobre los servicios de telecomunicaciones que prestan. El Instituto verificará el cumplimiento de esta obligación pudiendo definir y modificar su contenido y, en su caso, ordenar la suspensión de publicidad de la información si ésta no cumple. Lo anterior, sin perjuicio de las facultades conferidas a la PROFECO”.
Décimo séptimo		El Instituto a través de la Coordinación General de Política del Usuario publicará de manera semestral en su portal de internet...	Se considera importante señalar que también PROFECO puede supervisar y verificar la información o publicidad relacionada sobre productos o servicios, y no solo el Instituto ya que estos lineamientos impactan directamente en los consumidores.
Décimo Octavo		El incumplimiento a lo dispuesto en los presentes lineamientos será sancionado por el Instituto en términos de lo establecido ...	Se considera importante señalar que también PROFECO puede supervisar y verificar la información o publicidad relacionada sobre productos o servicios, y no solo el Instituto ya que estos lineamientos impactan directamente en los consumidores.
		Nota: Favor de añadir cuantas filas considere necesarias.	
Transitorios	Comentario y aportaciones		
Elija un elemento.	Se debe establecer el periodo de tiempo para que los proveedores inicien con el cumplimiento de los lineamientos		
Elija un elemento.			
Elija un elemento.			
		Nota: Favor de añadir cuantas filas considere necesarias.	

Aportaciones generales de la Subprocuraduría de Telecomunicaciones de PROFECO

CONSIDERACIONES GENERALES:

- 1.- El presente documento debe compulsarse respecto de la esfera de facultades de la Procuraduría Federal del Consumidor.
- 2.- Se sugiere aclarar el objeto de los lineamientos, pues no establece el tipo de información que pretende regular, sus alcances, medios de difusión, características y obligaciones particulares de los proveedores de los diferentes tipos de servicios.
- 3.- Se recomienda establecer obligaciones específicas de los concesionarios, autorizados o comercializadores, respecto de la información que brinde a la autoridad para seguimiento a la veracidad de la información difundida a los consumidores.
- 4.- Se agrupan medios de difusión y obligaciones de los concesionarios, y al efecto se considera necesario sugerir un ajuste metodológico para que no se dificulte el cumplimiento de las obligaciones por parte de los mismos, ya que no queda claro si la información que se regula es respecto de instrumentos meramente informativos o vinculantes como lo es el contrato de adhesión.
- 5.- Es deseable que los lineamientos promuevan el cumplimiento de la LFTR, pero también de las disposiciones de la LFPC.
- 6.- Se considera que existen áreas de oportunidad para que los lineamientos cumplan a cabalidad con la premisa de proteger el derecho a la información de los usuarios respecto a los términos, condiciones, calidades y cantidades del servicio contratado.
- 7.- Se debe precisar la convivencia de facultades respecto a la supervisión del cumplimiento de los lineamientos y la intervención de las autoridades como IFT y PROFECO.

En relación a lo anterior se sugiere tomar en cuenta las siguientes disposiciones y documentos:

De conformidad al artículo 191 último párrafo de la LFTR que a la letra dice:

[...] “El Instituto y la PROFECO se darán vista mutuamente, cuando los concesionarios o autorizados incurran en violaciones sistemáticas o recurrentes a los derechos de los usuarios o consumidores previstos en esta Ley y en la Ley Federal de Protección al Consumidor, a fin de que en el ámbito de sus atribuciones realicen las acciones necesarias para su protección y restitución o, en su caso, para que el Instituto imponga las sanciones por incumplimiento de obligaciones a los concesionarios.”

También se debe vigilar el cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 293 de la LFTR:

“El Instituto verificará que los concesionarios que operen redes públicas de telecomunicaciones y los autorizados proporcionen al público información completa y veraz sobre los servicios de telecomunicaciones que prestan. El Instituto verificará el cumplimiento de esta obligación pudiendo definir y modificar su contenido y, en su caso, ordenar la suspensión de publicidad de la información si ésta no cumple. Lo anterior, sin perjuicio de las facultades conferidas a la PROFECO”.

Cabe mencionar que varios puntos indicados en el “Anteproyecto de lineamientos generales para la publicación de información transparente, comparable, adecuada y actualizada relacionada con los servicios de telecomunicaciones” los contempla la NOM-184-SCFI-2012 “NORMA Oficial Mexicana NOM184SCFI2012, Prácticas comerciales-Elementos normativos para la comercialización y/o prestación de los servicios de telecomunicaciones cuando utilicen una red pública de telecomunicaciones” siendo los siguientes numerales; 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.7, 3.8, 4.2, 4.2.3, 4.3, 4.3.1, 4.4, 4.5.4, 4.5.5, 4.5.7, 4.8, 4.9.1, 5.2.8, 5.2.9.2, 5.2.15.2, 5.2.16, 5.2.17.1, 5.2.20.

Asimismo, Ley Federal de Protección al Consumidor en el ámbito de su competencia establece que la información sea clara y adecuada en relación a la prestación de los servicios, al mismo tiempo regula que la publicidad no induzca al error y que sea veraz, comprobable y clara. Tal y como se establece en los siguientes artículos:

Artículo 1 fracciones III y VII

[...] “La información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen;”

[...] “protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios.” [...]

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 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 7BIS párrafo segundo

[...] “Dicho monto deberá incluir impuestos, comisiones, intereses, seguros y cualquier otro costo, cargo, gasto o erogación adicional que se requiera cubrir con motivo de la

adquisición o contratación respectiva, sea ésta al contado o a crédito.”

Artículo 24 fracción IX Ter

“Promover la coordinación entre las autoridades federales, estatales y municipales que corresponda, a fin de asegurar la protección efectiva al consumidor en contra de la información o publicidad engañosa o abusiva;”

Artículo 25BIS segundo párrafo

[...] “Las medidas precautorias se dictarán conforme a los criterios que al efecto expida la Procuraduría y dentro del procedimiento correspondiente en términos de lo dispuesto en el artículo 57 y demás relativos de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización; así como cuando se advierta que se afecta o se puede afectar la economía de una colectividad de consumidores en los casos a que se refiere el artículo 128 TER o cuando se violen disposiciones de esta ley por diversas conductas o prácticas comerciales abusivas, tales como: el incumplimiento de precios o tarifas exhibidos;...”

Artículo 32

“La información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables, claros y exentos 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.

Para los efectos de esta ley, se entiende por información o publicidad engañosa o abusiva aquella que refiere características o información relacionadas con algún bien, producto o servicio que pudiendo o no ser verdaderas, inducen a error o confusión al consumidor por la forma inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa en que se presenta.

...
En el análisis y verificación de la información o publicidad, la Procuraduría comprobará que la misma sea veraz, comprobable, clara y apegada a esta Ley y a las demás disposiciones aplicables.”

De acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, son atribuciones del Subprocurador de Telecomunicaciones:

Artículo 13Bis fracción XIII

[...] “Instruir y coordinar la verificación y vigilancia de la publicidad e información relativas a bienes, productos y servicios que se difundan en aquellos lugares a que se refiere el artículo 96 de la Ley, en materia de telecomunicaciones, así como ordenar, en su caso, la suspensión o corrección de dicha publicidad o información;” [...]

De conformidad al artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor se establece que:

[...] “La Procuraduría podrá emitir lineamientos para el análisis y verificación de dicha información o publicidad a fin de evitar que se induzca a error o confusión al consumidor, considerando el contexto temporal en que se difunde, el momento en que se transmite respecto de otros contenidos difundidos en el mismo medio y las circunstancias económicas o especiales del mercado.” Por lo cual, con fecha 24 de Julio de 2012, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el “ **ACUERDO POR EL QUE SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA EL ANALISIS Y VERIFICACION DE LA INFORMACION Y PUBLICIDAD**” de la Procuraduría Federal del Consumidor.

ACUERDO POR EL QUE SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA EL ANALISIS Y VERIFICACION DE LA INFORMACION Y PUBLICIDAD

Disposiciones Generales

PRIMERO. El análisis y verificación de la información o publicidad de bienes, productos o servicios objeto de la Ley Federal de Protección al Consumidor deberá apegarse a lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor, su Reglamento, así como a los presentes lineamientos.

SEGUNDO. Los presentes lineamientos tienen por objeto establecer los criterios y directrices que debe seguir la Procuraduría Federal del Consumidor al analizar y verificar la información o publicidad, con el objeto de proteger a los consumidores de la publicidad o la información engañosa o abusiva a la que se refiere el artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor. Lo anterior, sin perjuicio de lo establecido en otras disposiciones legales o administrativas de carácter general.

TERCERO. Para los efectos de los presentes lineamientos, se entenderá por:

Afirmaciones objetivas, aquellas que son susceptibles de ser medibles;

Anuncio publicitario, al mensaje dirigido al público o a un segmento del mismo, con el propósito de informar sobre la existencia o las características de un producto, servicio o actividad para su comercialización y venta o para motivar una conducta;

Información, a la descripción de las características, composición, cantidad, calidad, funciones y precio de los bienes, productos o servicios;

Ley, a la Ley Federal de Protección al Consumidor;

Medio de difusión, al que se utiliza para difundir los anuncios publicitarios a la población en general y que incluye a la televisión, cine, radio, espectacular, laterales de transporte, anuncios luminosos, carteles, prensa, revistas, correo directo, catálogos, folletos, volantes, material de punto de venta, así como a cualquier otro medio de comunicación, sea impreso, electrónico, telefónico, informático, de telecomunicaciones o mediante otras tecnologías;

Población vulnerable, a los niños, ancianos y enfermos;

Publicidad, a la actividad que comprende todo proceso de creación, planificación, ejecución y difusión de anuncios publicitarios en los medios de difusión con el fin de promover la venta o consumo de productos y servicios;

Procuraduría, a la Procuraduría Federal de Consumidor;

Proveedor, a la persona física o moral, en términos del Código Civil Federal, que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos o servicios, y

Reglamento, al Reglamento de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

CUARTO. La aplicación e interpretación de los presentes lineamientos corresponde a la Procuraduría, sin perjuicio de

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

las atribuciones que en materia de publicidad correspondan a otras dependencias del Ejecutivo Federal.

QUINTO. La Procuraduría podrá analizar y verificar la información o publicidad relacionada sobre cualquier tipo de bienes, productos o servicios, excepto aquellos servicios que se presten en virtud de una relación o contrato de trabajo, servicios profesionales que no sean de carácter mercantil, servicios que presten las sociedades de información crediticia, y servicios regulados por las leyes financieras que prestan las instituciones y organizaciones a que hace referencia en el artículo 5 de la Ley.

En la publicidad de productos y servicios a que se refiere el Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Publicidad, la Procuraduría analizará y verificará la publicidad en lo relativo a las relaciones de consumo. Cuando la publicidad haya sido sujeta de autorizaciones o permisos de publicidad que se encuentren vigentes por parte de la Secretaría de Salud, la Procuraduría considerará dichas autorizaciones o permisos en el análisis y verificación que lleve a cabo.

Tratándose de los bienes o productos a que se refiere el Capítulo IX del Título Décimo Segundo de la Ley General de Salud que hayan presentado el aviso por marca, así como los productos y servicios a que se refiere el Capítulo III, del Título Décimo Primero del Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Publicidad, la Procuraduría, dentro del ámbito de sus atribuciones, analizará y verificará la información contenida en la publicidad de conformidad con la Ley, su Reglamento y los presentes lineamientos. La Procuraduría establecerá los mecanismos de colaboración que sean necesarios con la Secretaría de Salud para intercambiar información y compartir criterios de aplicación de la regulación existente.

SEXTO. La Procuraduría vigilará que la publicidad destinada a ser difundida en el territorio nacional, independientemente de su procedencia, se ajuste a lo dispuesto en la Ley, su Reglamento, los presentes lineamientos y demás ordenamientos aplicables.

SEPTIMO. Para la determinación de la publicidad como engañosa o abusiva en términos del artículo 32 de la Ley, la Procuraduría analizará todo el contenido del anuncio publicitario, sin descomponer sus partes integrantes, incluyendo las palabras y los números, hablados y escritos, las presentaciones visuales, musicales y los efectos sonoros. Asimismo, deberán considerarse, entre otros elementos, la naturaleza del producto, el medio de difusión, los destinatarios de la misma, el contexto temporal en que se difunde el anuncio publicitario, el momento en que se transmite respecto de otros contenidos difundidos en el mismo medio y las circunstancias económicas o especiales del mercado.

OCTAVO. Cuando el proveedor no indique restricciones o condiciones en la publicidad relativa a ofertas y promociones, no podrá negar el producto o servicio publicitado, argumentando que el consumidor no reúne las características para participar en la oferta o promoción, en términos de lo dispuesto en el artículo 48 de la Ley. La Procuraduría vigilará que las restricciones, términos y condiciones se indiquen de forma clara y sean fácilmente accesibles a los consumidores.

NOVENO. En ejercicio de las atribuciones previstas en el artículo 13 de la Ley, la Procuraduría podrá requerir a los proveedores la documentación o información que sea necesaria para el ejercicio de sus funciones, entre otra, aquella que acredite las características que atribuyan a los productos publicitados.

La Procuraduría considerará como información reservada, confidencial o comercial reservada aquella que establezca la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.

De la publicidad o la información

DECIMO. La Procuraduría vigilará que la publicidad o información de los bienes, productos o servicios que se difunda sea 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, de conformidad con el artículo 32 de la Ley. Entre otros aspectos, la Procuraduría, en el ejercicio de sus atribuciones en materia de publicidad, verificará que:

La información contenida y los efectos o beneficios señalados sobre los bienes, productos o servicios publicitados sean comprobables;

Las afirmaciones objetivas sean comprobables;

Las afirmaciones que refieran que los beneficios derivados de la compra, uso o consumo del bien, producto o servicio se obtendrán de forma inmediata o en un periodo determinado, cuenten con sustentos técnicos o científicos que puedan probarlo;

Se evite utilizar términos categóricos o superlativos que induzcan al error o confusión a los consumidores respecto al desempeño, características o condiciones del bien, servicio o producto anunciado. Se entenderá por término categórico aquello que se afirme o se niegue de forma absoluta. Cuando al utilizar estos términos, se utilicen adicionalmente afirmaciones objetivas, o se haga referencia a estudios, muestras y/o pruebas, dicha información deberá ser comprobable;

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

Evite desacreditar, mediante aseveraciones falsas, el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial, de cualquier otra persona o empresa y de sus productos, servicios, actividades

o circunstancias o de sus marcas, nombres comerciales u otros signos distintivos a través de su contenido, o en la forma de presentación o difusión;

Se abstenga de realizar comparaciones entre bienes, productos o servicios que induzcan al error o confusión a los consumidores por no ser comprobables o carecer de objetividad. Lo anterior, sin perjuicio de lo dispuesto en los lineamientos sobre publicidad comparativa en materia de precios emitidos por la Procuraduría, y

No se utilicen los resultados de las investigaciones, encuestas y monitoreos publicados por la Procuraduría con fines publicitarios o comerciales en términos del artículo 44 de la Ley.

DECIMO PRIMERO. En el análisis y verificación de la publicidad, la Procuraduría vigilará que la información relativa a los diferentes bienes, productos o servicios; sin perjuicio de lo dispuesto en otras disposiciones legales o administrativas de carácter general en materia de información comercial, no induzca al error o confusión respecto de:

Las características, naturaleza, composición, fecha de fabricación, riesgos y manejo del producto, bien o servicio;

El valor del producto, bien o servicio y los términos y condiciones para su venta. En caso de que el proveedor incluya el precio en su publicidad, se deberá verificar que se incluya el precio total final;

Las condiciones y requerimientos técnicos para el otorgamiento del servicio, así como el monto total, precio y tarifa de los planes o paquetes y el modo de fijación de la tarifa aplicable, cuando se trate de información relativa a bienes, productos o servicios que se comercialicen por tiempo o capacidad;

Condiciones de la garantía y formas de hacerla valer. En caso de que se utilicen las leyendas "garantizado", "garantía" o cualquier otra equivalente, se deberá indicar en qué consisten, el periodo de vigencia y la forma en que el consumidor puede hacerlas valer;

Los términos y condiciones de entrega, así como los requisitos para el cambio, devolución o reparación del bien, producto o servicio, o

Los términos, duración, restricciones y condiciones para hacer valer las ofertas o promociones.

De la publicidad dirigida a la población vulnerable

DECIMO SEGUNDO. La actuación de la Procuraduría deberá estar orientada a proteger a la población vulnerable contra la información o publicidad engañosa o abusiva; en atención a lo dispuesto en el artículo 1 de la Ley, así como las demás leyes vigentes y tratados internacionales firmados por México que sean aplicables.

DECIMO TERCERO. En el análisis y verificación de la publicidad dirigida a personas vulnerables, la Procuraduría considerará, además de lo previsto en los lineamientos décimo y décimo primero, las características especiales y la condición de los destinatarios de la publicidad. Entre otros aspectos, la Procuraduría verificará que la publicidad se apege a los siguientes principios:

Tome en consideración la inexperiencia, credulidad o confianza de sus destinatarios;

No se aproveche de las características propias de su condición, entre otras, las psicológicas o emocionales;

Evite mensajes que alienten el uso peligroso o inadecuado del bien, producto o servicio anunciado, especialmente en aquellos casos en que tales mensajes puedan ser fácilmente reproducidos, y

Utilice un lenguaje sencillo, claro y en su caso, legible; así como elementos visuales y símbolos que sean comprensibles.

De las medidas precautorias y sanciones

DECIMO CUARTO. Las infracciones derivadas del incumplimiento de los presentes lineamientos, se sancionarán de conformidad con las disposiciones relativas de los Capítulos XIII y XIV de la Ley.

DECIMO QUINTO. La Procuraduría podrá aplicar las medidas precautorias cuando se afecte la vida, la salud, la seguridad o la economía de una colectividad de consumidores en términos de los artículos 35 y 25 BIS de la Ley.

De la participación ciudadana

Consulta pública del Instituto Federal de Telecomunicaciones con relación al anteproyecto de Lineamientos Generales para la Publicación de Información Transparente, Comparable, Adecuada y Actualizada relacionada con los Servicios de Telecomunicaciones.

DECIMO SEXTO. Cualquier persona podrá denunciar ante la Procuraduría las prácticas que considere constituyen publicidad engañosa o abusiva, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 97 de la Ley.

La denuncia podrá presentarse por escrito, de manera verbal, vía telefónica, electrónica o por cualquier otro medio.

La Procuraduría no podrá negar la recepción de las denuncias que cumplan con lo dispuesto en el artículo 97 de la Ley, sin embargo podrá requerir a los denunciantes información adicional para una mejor identificación de la publicidad denunciada.

Los denunciantes no formarán parte del procedimiento por infracciones a la Ley que en su caso se instruya en atención a su denuncia. Sin perjuicio de lo anterior, y con apego a lo dispuesto en la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, el denunciante tendrá derecho a ser informado del estado del trámite y resultado que la Procuraduría brindó a su denuncia.

DECIMO SEPTIMO. La Procuraduría establecerá mecanismos de participación ciudadana para la coordinación y asesoría en la instrumentación de políticas públicas orientadas a fomentar la protección efectiva de los consumidores en contra de la información o publicidad engañosa o abusiva.

Nota: Favor de añadir cuantas filas considere necesarias.