



Julio Durand Carrión

ADIOS A MIS PLANES “ILIMITADOS”. REFLEXIONES ENTORNO A LA ACTUACIÓN DEL OSIPTEL FRENTE A LOS PLANES “ILIMITADOS” DE LOS TELEOPERADORES DEL MERCADO PERUANO.

El pasado 01 de noviembre publicamos nuestro artículo: “A sus marcas, listos, fuera...La competencia de los teleoperadores de servicios telefónicos por nuevos clientes en la antesala de la campaña navideña.”[1], en el cual detallábamos, sobre los beneficios y las prácticas empresariales respecto de los consumidores:

“el incremento de los beneficios a los consumidores es una buena técnica empresarial para fidelizar nuevos clientes, sin embargo, debemos tener en cuenta que para que un mercado funcione correctamente, las empresas deben cumplir con lo que ofertan a su público, evitando cláusulas abusivas, cobros adicionales o promociones que no terminan cumpliéndose y configuran publicidad engañosa”

De la misma manera exigíamos y demandábamos que la Autoridad Administrativa – OSIPTEL cumpla su deber y sus funciones en el mercado, dada las nuevas ofertas en el mercado:

La autoridad administrativa, en este caso OSIPTEL e INDECOPI, deben cumplir su labor de supervisión de la regulación en telecomunicaciones y vigilancia en el mercado, de manera conjunta, para evitar cualquier contingencia que ponga en peligro el bienestar de los consumidores.

Ayer, 09 de noviembre, nuestras voces fueron escuchadas, y en atención a lo señalado por nosotros días antes, el Organismo Regulador encargado de las telecomunicaciones – OSIPTEL, ordenó a los cuatro operadores móviles (Entel, Movistar, Claro y Bitel) suspender temporalmente los planes ilimitados que ofertaron con anterioridad porque no se han adecuados al marco legal vigente, y además, no han informado a los consumidores sobre las restricciones y características de los planes, que si se informaron al Regulador.

Las observaciones específicas que formulo el Regulador y que esperan ser respondidas por todos los teleoperadores de manera oportuna, fueron:

- Respecto de poder compartir datos ilimitados con otros dispositivos: no se permite (Entel y Claro) y si se permite compartir los datos solo en el plan de s/. 199.00 soles (Movistar).
- Respecto de la velocidad de navegación: se reduce cuando se alcanza los 32 gigas (Entel y Claro) y se limita a partir de los 33 gigas (Movistar).
- Respecto de las llamadas ilimitadas internacionales: no se permiten (Claro), solo los 55 primeros números por facturación (Entel), y solo a Estados Unidos y Canadá (Movistar).
- Respecto de los mensajes de texto: solo son gratuitos a nivel nacional (Entel, Claro y (Movistar).

Movistar y Entel han emitido un comunicado donde señalan que estas observaciones han sido cumplidas, y respondidas a OSIPTEL, cumpliendo con todos los requisitos reglamentarios.

ADIÓS A MIS PLANES “ILIMITADOS”. REFLEXIONES ENTORNO A LA ACTUACIÓN DEL OSIPTEL FRENTE A LOS PLANES “ILIMITADOS” DE LOS TELEOPERADORES DEL MERCADO PERUANO.

Lo cierto es que, lejos de las correcciones, observaciones, detalles o especificaciones que los teleoperadores puedan realizar respecto de la oferta de sus planes “ilimitados”, escondieron información relevante a los consumidores, información que es determinante para que los usuarios puedan tomar decisiones correctas respecto del servicio que pretenden tomar.

Los teleoperadores publicitaron sus planes de tal manera que las condiciones de uso, restricciones y características específicas no se mencionaban en la publicidad que se ofreció a todo el público, ocultando información que hubiese sido tomada en cuenta por los consumidores al momento de prestar el servicio telefónico.

El Código de Protección y Defensa del Consumidor establece que los consumidores tienen derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios. Y en este punto los proveedores juegan un rol importante, porque son ellos los que suministrarán esa información. en peligro

Recordemos que detrás cada compra o prestación de servicios hay una persona, una familia, una vida laboral y social, no se puede engañar a los usuarios, no se puede jugar con las expectativas y los intereses de las personas, no se pueden vulnerar sus derechos; sobre todo porque son las personas las que han depositado su confianza en determinado operador al prestar el servicio, son esas mismas personas las que ahora se ven afectadas por la cancelación del servicios, las cuales tendrán que optar por otro plan; o también hubiesen sido esas mismas personas las que hubiesen visto vulnerados sus derechos al utilizar el servicio y descubrir que no cumplían con las prerrogativas que esperaban.

El ocultar información, involucra brindar al público solo parte de la información, que resulta limitada e insuficiente, y eventualmente es engañosa para los consumidores, quienes toman principalmente la publicidad como factor determinante en sus decisiones de consumo. No estamos en un país donde se lea exhaustivamente todas las condiciones del servicio, incluso leyéndolas muchísimas personas, los llamados “ciudadanos de a pie” no pueden procesar esa información, los niveles de educación son bajos y eso se refleja en la dimensión humana del consumo, y por supuesto, en el mercado mismo.

Cabe destacar la oportuna intervención que ha realizado el OSIPTEL dentro del marco de sus funciones, supervisando los requerimientos y las condiciones de las ofertas que lanzaron los operadores y comunicando oportunamente a los teleoperadores, sin duda alguna, tiene que seguir fortaleciéndose, pero por sobre todo, como lo venimos mencionando hace buen tiempo en esta palestra, se tienen que revisar las cláusulas generales de contratación para este sector, de esta manera se logrará generar seguridad jurídica y seguridad para los usuarios, esto a su vez evitara futuras contingencias y comenzará a construir una imagen de confianza entre el sector público, sector privado y los consumidores.

Si queremos crecer como país, debemos actuar de manera correcta y conjunta, coadyuvar al crecimiento de un mercado eficiente y transparente, donde se respeten los derechos y expectativas de los consumidores, asimismo, se establezcan las reglas de juego claras entre los proveedores y se promueva una cultura de consumo en todos los sectores de la mano de todos los agentes del mercado. Esta labor es nuestro deber para con un Perú que avizora entrar a la OCDE, un Perú que no es lejano, sin embargo, aún queda camino por labrar.