

CAPÍTULO VIII

DERECHOS DE LOS USUARIOS

La finalidad última de las telecomunicaciones es que los usuarios puedan contar con más servicios, de mejor calidad y a precios asequibles. En los países en los que se ha establecido un régimen de mercado en libre competencia, ésta es un instrumento para el logro de más y mejores servicios. Los usuarios tienen derechos generales como consumidores (p. ej. derecho a no pagar por servicios no contratados expresamente) y derechos especiales en cuanto a la naturaleza de los servicios de telecomunicaciones (p. ej. la portabilidad del número telefónico al cambiarse de operador).

A diferencia de otros mercados en competencia, debe recordarse que en telecomunicaciones difícilmente existe una relación de iguales entre los proveedores de servicios y los usuarios. Adicionalmente y a pesar de que los usuarios pueden acceder a información sobre los servicios de telecomunicaciones y las ofertas de los proveedores de éstos, muchas veces la información es difícil de asimilar y comparar para poder afirmar que la decisión del consumidor es libre e informada. De ahí la importancia que ha cobrado enfatizar no sólo sobre los derechos de los usuarios de telecomunicaciones –como un catálogo de las obligaciones a cargo de los prestadores de servicios– sino también respecto a las acciones que las autoridades deben realizar para suplir la asimetría de poder en la relación proveedor/usuario de telecomunicaciones. En-

CAPÍTULO VIII

tre menor sea el grado de competencia en un mercado dado, mayor necesidad de proteger al usuario final. En este capítulo se hará referencia a usuario y derechos de los usuarios, toda vez que un usuario puede o no ser un consumidor o suscriptor de servicios de telecomunicaciones, entendiendo como consumidor o suscriptor a aquella persona que tiene contratados los servicios y paga por ellos.

1. INFORMACIÓN

Uno de los derechos más importantes del usuario es el de estar informado para que con base en ello pueda tomar las decisiones libres y de manera informada, de acuerdo con sus requerimientos. Esto en teoría es fácil, pero en la realidad tratándose de servicios de telecomunicaciones ofertados a través de una diversidad de paquetes y planes tarifarios que incluyen generalmente varios servicios y equipos terminales que prevén en el mismo paquete distintos mecanismos de medición para el cobro de los servicios (p. ej. llamadas de servicio local contadas por evento, llamadas de larga distancia por minuto, transmisión de datos con base en el número de kilobytes consumidos), la cantidad de información que reciba el usuario por sí sola no está en relación directa con la posibilidad de afirmar que el usuario está debidamente informado. Éste, por el contrario, puede estar inundado de información y no estar informado. Más aún cuando las campañas publicitarias llegan también a referirse a tecnologías específicas que al ciudadano de a pie no le dicen nada (p. ej. ¿está un usuario promedio en capacidad de decidir si le conviene el uso de una red con tecnología GSM o una de LTE?). En consecuencia debe asumirse que aun proveyendo grandes cantidades de información al usuario, ello puede no ser suficiente para que la relación proveedor-usuario de telecomunicaciones sea equilibrada, toda vez que hay, pocos oferentes de los servicios de telecomunicaciones y muchos de estos no tienen sustitutos.⁴²³

La información debe ser clara, estar actualizada y ser de fácil comprensión. Los proveedores de servicios de telecomunicaciones deben tener disponible públicamente y a través de un acceso sencillo la siguiente información: los datos del operador (nombre, domicilio, teléfo-

423 No es lo mismo un consumidor que puede decidir entre ir a comer a un restaurante o a otro con base en la información públicamente disponible, porque ahí sí existe competencia y además siempre habrá la posibilidad de cocinar y comer en casa.

DERECHOS DE LOS USUARIOS

no, correo electrónico y en su caso, sitio web), las condiciones generales del servicio (p. ej. tipo de servicio, cobertura geográfica), las tarifas (p. ej. detallando si se cobra por segundo, minuto, bytes, evento o renta mensual), el costo del equipo terminal y en su caso de su financiamiento, las fechas y formas de pago, los medios de contacto para el sistema de atención al cliente y el sistema de recepción de quejas y reparación de fallas, las políticas de compensación (p. ej. bonificación o reembolso por interrupción del servicio por causas no imputables al usuario), los mecanismos para resolver disputas y la demás información relevante. La información debe estar en lenguaje sencillo, que no induzca a error o confusión.

La información debe también ser comparable para que los usuarios puedan decidir cuál es el proveedor de servicios que da la mejor oferta considerando sus necesidades específicas. La UE en este sentido incluso promueve que las autoridades nacionales fomenten que asociaciones o entidades ajenas a los proveedores de servicios proporcionen comparativos de los precios de los operadores de telecomunicaciones.⁴²⁴

2. CAMBIO DE OPERADOR

Los usuarios deben poder cambiar de prestador de servicios de telecomunicaciones de una manera sencilla. Esto es fundamental porque de lo contrario se pueden establecer artificialmente obstáculos en la decisión del usuario y desincentivar el cambio de proveedor. De esta manera los operadores pueden competir por retener a sus clientes actuales y atraer nuevos con base en precio y calidad, en lugar de que la retención de clientes sea por los procedimientos tortuosos o costosos para el cambio de operador.

Resulta fundamental que los proveedores de telecomunicaciones desbloqueen los equipos terminales para permitir que el usuario pueda optar por recibir el servicio de otro proveedor. En el caso de México, los concesionarios están obligados a desbloquear el equipo terminal una vez que los consumidores hayan cumplido el plazo forzoso o hayan liquidado el costo del equipo terminal. Finalmente los plazos forzosos y los procedimientos de terminación de un contrato deben ser razonables con la finalidad de que no sean un obstáculo para la decisión del usuario de cambiar de operador.

424 UE, Directiva Servicio Universal, Considerando 32 (2002) y artículo 21.

CAPÍTULO VIII

3. CALIDAD

Los usuarios de servicios de telecomunicaciones tienen derecho a recibir la calidad ofrecida por el proveedor o aquella exigida por la regulación de un país, según la que sea mejor. La existencia de una creciente gama de servicios de telecomunicaciones, cada uno con sus retos tecnológicos y sus características específicas, dificultan establecer un parámetro general y único de calidad.

Las comunicaciones a través de una red de telefonía fija son mucho más predecibles y estables en cuanto a calidad, que aquellas de una red móvil que pueden estar sujetas a la saturación de usuarios itinerantes, por ejemplo. Otro supuesto es el de la velocidad de transmisión de comunicaciones de datos a través de una red fija que puede ser mayor y menos sujeta a interrupciones por cuestiones climáticas que por medio de una red satelital, por ejemplo. En cualquier caso es importante que la calidad mínima ofrecida por un prestador de servicios sea informada al usuario y respetada por aquél. En este sentido, además de la información que se proporcione al usuario antes de contratar el servicio es una buena práctica que el regulador, la autoridad de protección al consumidor o los propios operadores publiquen información sobre la calidad de sus servicios y su comparación con otros prestadores de servicios.

Es importante mencionar que en la actualidad es sujeta a mucho debate la calidad del servicio de banda ancha fija o móvil en cuanto a si el prestador de servicios puede bloquear o disminuir la cantidad de información que un usuario en particular está bajando/subiendo a internet. Los argumentos a favor refieren que si un usuario está consumiendo grandes anchos de banda (mucha capacidad de la red), el operador debe tener la posibilidad de reducir el ancho de banda a ese usuario con la finalidad de que el resto de los usuarios puedan disfrutar de internet sin que se torne lento o incluso se haga indisponible el servicio. Los argumentos en contra son porque a través de una medida que puede parecer legítima (p. ej. detener el envío de mensajes no solicitados masivamente y permitir que la red tenga velocidades satisfactorias), se puede prestar a discriminación de tráfico entre usuarios. Este tema presentado aquí de manera simple, ha generado y continuará generando debates intensos a favor y en contra.

4. PUBLICIDAD

Los anuncios publicitarios y los productos con fines de mercadotecnia de los operadores de telecomunicaciones deben proveer información sobre los servicios que sea completa, veraz y que no induzca a confusión o error por ser inexacta, exagerada o parcial.⁴²⁵

5. CONTRATOS TIPO O DE ADHESIÓN

Los contratos tipo o de adhesión que ocupan los operadores de telecomunicaciones en sus relaciones con los usuarios deben considerarse como en los que no existió una negociación bilateral ni equitativa entre las partes. Los operadores proporcionan el texto del contrato de adhesión y no existe posibilidad de que los usuarios negocien términos más favorables. Es un contrato de “tómalo como está o déjalo”. Si se tratase de un negocio de restaurantes, el usuario podría libremente decidir irse al restaurante de al lado u optar por cocinar en su casa. En cambio en telecomunicaciones las cosas son muy distintas. Decidir no firmar un contrato de adhesión de un operador para irse con el otro simplemente lo colocaría frente a otro contrato de adhesión que puede tener condiciones muy similares a las del primer operador. En otros casos, cuando es el único prestador de servicios el no aceptar firmar el contrato de adhesión puede implicar simplemente no recibir el servicio de telecomunicaciones por falta de otros proveedores.

Por lo anterior, la experiencia comparada muestra que:

- Las cláusulas abusivas en un contrato de adhesión se tendrán por no puestas.
- En caso de duda en cuanto a la interpretación de los términos y condiciones del contrato de adhesión, se interpretará en el sentido que sea más favorable al usuario. La racionalidad detrás de esta disposición es que el usuario no participó en la redacción del contrato de adhesión, por lo que la falta de claridad en éste no puede beneficiar a su creador. Esto último generaría un incentivo perverso que favorecería que los creadores de los con-

425 En México esto está previsto en los artículos 68 último párrafo de la LFT y 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

CAPÍTULO VIII

tratos de adhesión prefirieran ser imprecisos para beneficiarse de la ausencia de claridad en los términos y condiciones en un litigio potencial.

- Si el proveedor argumenta que una cláusula determinada sí fue negociada con el usuario o bien, si aquél señala que se obtuvo el consentimiento de éste, entonces la carga de la prueba es del proveedor de telecomunicaciones.
- Las penas convencionales deben ser proporcionales al incumplimiento.
- No podrán modificarse unilateralmente los términos y condiciones del contrato de adhesión, salvo que se tratase de aquellos que de manera contundente beneficien al usuario (p. ej. reducciones de precios, aumento de calidad del servicio contratado). Adicionalmente si el operador pretende modificar los términos del contrato, deberá notificárselo al usuario con un plazo razonable para que éste decida si otorga su consentimiento o da por terminado el contrato sin responsabilidad y sin el pago de penalidad alguna. El operador debe informar expresamente del derecho del usuario de terminar el contrato sin responsabilidad y sin penalidad.

En algunos países las autoridades de protección al consumidor o el regulador de telecomunicaciones deben revisar y autorizar un contrato de adhesión previamente a que el proveedor de telecomunicaciones lo pueda utilizar.

Los contratos deben establecer: (1) el nombre y el domicilio del operador; (2) los servicios objeto del contrato, su calidad y cobertura geográfica; (3) las tarifas y el mecanismo de tasación y facturación; (4) el plazo de inicio del servicio y la vigencia del contrato (p. ej. si existe o no un plazo forzoso); (5) las condiciones o restricciones al acceso o la utilización del servicio; (6) la posibilidad o no de acceder a servicios de emergencia a través del servicio de telecomunicaciones que se pretende contratar; (7) las restricciones para utilizar el equipo terminal del usuario con otro proveedor de servicios (p. ej. el bloqueo de teléfonos móviles, la necesidad de adquirir otra tarjeta SIM); (8) la posibilidad de decidir que sus datos personales no estén en directorios de usuarios; (9) las medidas que puede implementar el operador en caso de que se

presentare alguna amenaza, vulnerabilidad o incidente de seguridad en la red; (10) las condiciones y procedimientos para la compensación y el reembolso por incumplimiento de los términos por parte del operador; (11) el tipo de servicio de atención al cliente; (12) el procedimiento de resolución de quejas y disputas entre el usuario y el operador y (13) las causas de terminación del contrato. Cuando se trata de servicios de telecomunicaciones de prepago (p. ej. aquellos que venden tiempo aire para móviles o minutos de larga distancia a través de tarjetas), los términos y condiciones de contratación deben estar a disposición del usuario para su consulta.

6. TARIFAS Y FACTURACIÓN

Las tarifas deben ser transparentes y de fácil comprensión para un usuario promedio. Las facturas deben contener el detalle necesario para que el usuario pueda comprobar que los cargos realizados se ajustan al plan o paquete que tiene contratado. Si se están facturando varios servicios de distintos proveedores, la factura debe señalar qué servicios/tarifas se están cobrando por cada uno. La factura debe tener el número de contacto para aclaración de los cargos que aparezcan en ella.

Los operadores deben prever mecanismos de control de gastos en beneficio de los usuarios, tales como que no se continúen prestando ciertos servicios (distintos de los de emergencia) en el caso de que se llegue a un monto de consumo/gasto determinado. Esto puede también ayudar a evitar los llamados *bill shock*, que se refieren a cuando al recibir la factura el usuario ve que tiene cargos excesivos y no esperados respecto de los montos a los que está acostumbrado. Algunas veces el *bill shock* puede deberse a que la persona salió de su región de telefonía móvil (nacional o internacional) y los cobros se deben a llamadas o uso de internet en servicio de *roaming* (usuario visitante).

7. SERVICIOS

En el mercado de las telecomunicaciones se están ofertando más y más paquetes de servicios en lugar de un servicio único. Los usuarios tienen derecho a contratar servicios de manera desagregada o en paquete. Asimismo los usuarios deben tener la posibilidad de bloquear o restringir ciertos servicios proporcionados por el mismo operador,

CAPÍTULO VIII

como pueden ser las llamadas de larga distancia, a celulares o respecto a servicios con sobrecuota.⁴²⁶

Es importante que el proveedor que desee ofrecer nuevos servicios a sus usuarios les informe con anticipación y obtenga su consentimiento previo a cualquier cobro. Se ha acostumbrado que los operadores ofrezcan por un plazo determinado el nuevo servicio de manera gratuita. Después de dicho periodo los operadores deben obtener la autorización expresa del usuario para seguirle prestando dicho nuevo servicio; si no obtuvieran ésta, entonces no deberán cobrarle por el servicio, es decir, el mecanismo no debe ser de *opt out* sino de *opt in*.

8. ATENCIÓN Y RESOLUCIÓN DE QUEJAS, MEDIACIÓN Y CONCILIACIÓN

Los prestadores de servicios de telecomunicaciones deben tener un servicio gratuito de atención a clientes. También deben contar con procedimientos sencillos y expeditos para resolver las quejas que presenten sus usuarios, así como para la reparación pronta de las fallas que ocurran. Si no se resuelve satisfactoriamente para el usuario la queja, deben existir mecanismos para dirimir las controversias. Estos mecanismos pueden incluir una parte de mediación entre el operador y el usuario, seguida de una conciliación en el supuesto de que la mediación no funcione y, finalmente si aún así no se llega a un acuerdo entre las partes, se podrá recurrir al litigio en los tribunales establecidos. Es importante que los mecanismos de atención a cliente y quejas, la mediación y la conciliación sean procedimientos transparentes, sencillos, con plazos determinados, que den soluciones y remedios justos, y no deben representar una carga para el usuario.

9. PRIVACIDAD

Los usuarios tienen derecho a la protección de sus datos personales y a la privacidad. El tema de la protección de datos personales y la

426 En México los números 01-900 son los que cobran una tarifa por minuto para utilizar el servicio de que se trate (p. ej. consultar horóscopos, participar en concursos de programas televisivos). Ver numeral 5.3 del Plan Técnico Fundamental de Numeración, punto 5.3.

privacidad cobra mayor relevancia en la era digital, toda vez que los riesgos en cuanto a la seguridad de los datos personales es mayor. Es importante que los usuarios sean informados suficientemente sobre los riesgos y las medidas para proteger sus datos personales. Asimismo los operadores deben ser transparentes en informar sobre posibles vulnerabilidades a sus redes y los remedios que en su caso se implementen.

Los usuarios tienen derecho a acceder a un directorio de usuarios y al mismo tiempo tienen derecho a la privacidad consistente en que su información no aparezca en dichos directorios. También dentro del derecho a la privacidad de los usuarios está el no recibir comunicaciones no solicitadas vía telefónica, mensajes de texto o correos electrónicos. Para el caso de las llamadas telefónicas, algunos países han establecido registros en los cuales los usuarios pueden pedir que sus números telefónicos no reciban llamadas para efectos de publicidad o mercadotecnia. En el caso de México se estableció el Registro Público Para Evitar Publicidad en el cual los usuarios de telefonía fija y móvil pueden registrar su número para no recibir llamadas. Los *call centers*, negocios y agencias de publicidad están obligadas a revisar las listas de los números que han sido inscritos para no recibir llamadas, de lo contrario pueden ser sancionados por la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor.

Finalmente la intervención de comunicaciones debe prohibirse, salvo cuando exista una orden previa de autoridad competente que autorice la intervención de comunicaciones. Recuérdese que todo tipo de comunicaciones son técnicamente susceptibles de intervenir.

10. CONTENIDOS EN RADIO Y TELEVISIÓN

Todos los países tienen en mayor o menor medida reglas generales relativas a los contenidos programáticos que se transmiten en radio y televisión, abierta o restringida. Las reglas son por ejemplo para prohibir la discriminación (racial, de género, etcétera), la apología del delito, la incitación a la violencia o bien, prohibir ciertos contenidos en horarios determinados como una medida de protección a menores de edad (p. ej. no transmitir programas de violencia antes de las nueve de la noche). De tal suerte que estas reglas sobre contenidos son al mismo tiempo derechos de los usuarios o de las audiencias. Las audiencias tienen derecho también a un equilibrio entre el tiempo des-

CAPÍTULO VIII

tinado a los programas y el de los anuncios de publicidad difundidos. Finalmente las personas también tienen derecho a oponerse a una invasión a su privacidad en la grabación de un programa o a objetar la aparición de su voz y/o imagen por la manera en que fue grabado el programa.

11. OTROS DERECHOS DE LOS USUARIOS

Los usuarios de telecomunicaciones tienen otros derechos, como por ejemplo los siguientes:

- Derecho a conservar su número telefónico aun cuando se cambien de operador de telecomunicaciones, conocido como portabilidad (Cap. VI, sec. 5).
- Derecho a acceder a números de emergencia⁴²⁷ (Cap. X, sec. 2).
- Derechos de accesibilidad a las TIC por personas con discapacidad (Cap. IX, sec. 3).
- Derecho a acceder a los servicios de una operadora (incluyendo aquellas de cobro revertido).
- Derecho a no ser cambiado de operador por medio de engaños o sin consentimiento (*slamming*).
- Derecho a no ser objeto de fraude vía comunicaciones electrónicas.
- Derecho a conectar sus equipos terminales, cableados internos y redes privadas con las redes públicas de telecomunicaciones de los operadores.⁴²⁸

427 En cuanto a servicios como de VoIP, existe discusión sobre si los proveedores de este servicio deben proporcionar acceso a servicios de emergencia. Esto cobra especial importancia porque los servicios de emergencia generalmente pueden identificar la localidad o el área en la que está sucediendo el evento, mientras que el servicio de VoIP aún no proporciona información sobre la ubicación real de la persona al momento de establecer una comunicación a servicios de emergencia.

428 En el sector de las telecomunicaciones se dieron muchos casos en que los operadores prohibían a los usuarios conectar sus equipos terminales o redes privadas, obligándolos a adquirir éstos del propio operador. Un operador de telecomunicaciones sólo podría negarse a dicha conexión de manera justificada cuando ésta pudiera poner en riesgo la red o los equipos estuvieran en contra de la normatividad establecida.

12. LARGA DISTANCIA

En cuanto al servicio de larga distancia, se ha reconocido el derecho de los usuarios a seleccionar al operador que les prestará dicho servicio, independientemente de quién les provea el servicio local. Para ello existen dos mecanismos: (1) el de selección por marcación en el que el usuario cada vez que realiza una llamada debe marcar ciertos números que son el código de identificación de su operador de larga distancia y (2) el de prescripción en el que el usuario designa al operador de antemano y a partir de ahí, todas las llamadas son realizadas de manera normal sin tener que marcar ningún código de identificación de su operador de larga distancia. Estos mecanismos están perdiendo importancia en la medida en que los planes y paquetes de los operadores con la evolución tecnológica están incluyendo llamadas locales y de larga distancia ilimitadas o con el mismo precio.

13. ROAMING (USUARIO VISITANTE)

El servicio de usuario visitante mejor conocido como *roaming* es aquel en el que el usuario de un equipo móvil se conecta a una red distinta del proveedor que le proporciona sus servicios de comunicación móvil cuando está fuera del área de cobertura de su proveedor.

A manera de ejemplo, el usuario A tiene contratados los servicios de comunicación móvil con la empresa GoticTel para prestarse en la Ciudad Gótica. Cuando el usuario A viaja a Macondo donde la empresa GoticTel no tiene red (ya sea porque sólo tenga cobertura regional dentro de un país o porque se trate de una localidad fuera de Ciudad Gótica), entonces el usuario A podrá recibir y establecer comunicaciones a través del operador MacondoTel. En este supuesto, el usuario A tendrá derecho al uso de la red de MacondoTel mediante el pago de servicios de *roaming* que su proveedor GoticTel le cobrará y luego le entregará a MacondoTel.

Actualmente casi siempre que se hace uso de servicio de *roaming* no hay una posibilidad real de elegir al operador que ofrezca los mejores servicios de *roaming* y a los menores precios. Sin embargo se está discutiendo a nivel de la UE y en otros foros internacionales si los derechos de los usuarios incluyen el que pueda elegir libremente al entrar en otro país, quién será su proveedor de servicios de *roaming*.

CAPÍTULO VIII

14. AUTORREGULACIÓN

La autorregulación de los propios operadores de servicios de telecomunicaciones es un instrumento más de respeto y protección de los derechos de los usuarios. Los códigos de prácticas comerciales a los que se sujetan voluntariamente dichos operadores son un compromiso de estos para cumplir con las mejores prácticas en beneficio de los usuarios. No existe una sanción por la infracción a medidas de autorregulación, pero sí puede afectar la marca y el prestigio de un operador que primero ofrece observar el código y después lo ignora.

En EUA la organización de operadores móviles estableció un código de los consumidores de servicios móviles que se ha actualizado a lo largo de los años. Conforme a este código, los operadores se obligaron a cierto detalle en cuanto a la descripción de las tarifas y términos de los servicios, a proporcionar mapas sobre la cobertura efectiva del servicio, a proporcionar los términos contractuales, a incluir determinada información específica dentro de la publicidad que realicen las empresas, a informar de los costos y uso de servicios de telecomunicaciones y de roaming, entre otros.⁴²⁹

15. CONSEJOS CONSULTIVOS DE USUARIOS

Existe una marcada tendencia a que los órganos reguladores de telecomunicaciones cuenten con un consejo consultivo para temas del consumidor con la finalidad de que al diseñar la política pública o emitir regulación, se considere la perspectiva del usuario final. A manera de ejemplo, en EUA la FCC tiene el *Consumer Advisory Committee*⁴³⁰ para hacer recomendaciones en cuanto a cuestiones del consumidor, así como para promover la participación de consumidores (incluyendo personas con discapacidad y las que viven en zonas rurales). Por su parte, en el Reino Unido, Ofcom constituyó el *Communications Consumer Panel* que está formado por un grupo de expertos independientes de Ofcom y que

429 Cfr. CTIA-The Wireless Association, *Consumer Code for Wireless Services*, 2011 http://files.ctia.org/pdf/The_Code.pdf (fecha de consulta: 20 de febrero de 2013)

430 Los miembros deben ser expertos en su área (p. ej. organizaciones de la sociedad civil, productores de equipos, prestadores de servicios de telecomunicaciones) y son seleccionados por el presidente de la FCC. Cfr. *Federal Communications Commission's Consumer Advisory Committee*, <http://www.fcc.gov/encyclopedia/consumer-advisory-committee> (fecha de consulta: 20 de febrero de 2013).

cuenta con presupuesto propio para investigación, a fin de que emita recomendaciones relacionadas con el interés del consumidor (incluyendo consumidores rurales, de edad avanzada, con discapacidad y de bajos ingresos) de los mercados regulados por Ofcom.⁴³¹

16. ACCIONES COLECTIVAS

Las acciones colectivas en telecomunicaciones son un medio judicial a través del cual un grupo de consumidores puede ejercitar una demanda en contra de uno o más proveedores de servicios de telecomunicaciones. Las acciones colectivas pueden ser también un instrumento para equilibrar las desiguales relaciones proveedor-usuario de telecomunicaciones. La importancia de las acciones colectivas en telecomunicaciones es que muy probablemente un solo usuario difícilmente intentaría este remedio judicial para buscar el reembolso o bonificación de una cantidad de dinero menor, pero al sumar las pequeñas cantidades de dinero que exigen los usuarios en una acción colectiva, puede ser una llamada de atención a empresas de telecomunicaciones por la falta de calidad o las interrupciones del servicio, por la información insuficiente que se proporciona, por el cobro de un nuevo servicio por el cual no se obtuvo la aceptación previa del usuario, entre otros. Los operadores de telecomunicaciones tendrán un desincentivo para actuar en contra de los intereses de los usuarios si saben que éstos tienen la posibilidad de unirse y emprender una defensa conjunta de sus intereses legítimos.

En España la empresa Vodafone fue sentenciada en 2005 a indemnizar a más de ocho millones y medio de usuarios por la interrupción del servicio móvil durante nueve horas. El 20 de febrero de 2003 Vodafone tuvo incidencias en su red que provocaron que sus clientes se quedaran sin servicio en cierta región de España. Vodafone buscó inmediatamente restablecer el servicio y voluntariamente ofreció a sus clientes una reducción de 50% del costo de las llamadas que realizaran en el fin de semana posterior. La Asociación de Usuarios de Servicios

431 Los miembros son de tiempo parcial y son designados por Ofcom, debiendo tener un balance de las diferentes especialidades en temas del consumidor y tener representantes de Escocia, Gales, Irlanda del Norte e Inglaterra. Ver www.ofcom.org.uk y www.communicationsconsumerpanel.org.uk (fecha de consulta: 20 de febrero de 2013)

Bancarios (Ausbanc) inició conversaciones con Vodafone para que indemnizara a sus usuarios por dicha interrupción. Vodafone se negó a ello. La Ausbanc presentó una acción colectiva en nombre de los usuarios de Vodafone. Finalmente la sentencia contra Vodafone la obligó a indemnizar y a incluir un impreso en sus oficinas informando a sus clientes que podrían tramitar el cobro de las indemnizaciones.

En EUA la empresa MCI (Verizon) fue llevada a los tribunales por una acción colectiva que reclamaba cargos excesivos y prácticas injustas de facturación. Antes de llegar a la sentencia se celebró un convenio de transacción por 90 millones de dólares de los cuales cada usuario recibiría 75 dólares o el monto que logre demostrar como afectación. En otro caso, AT&T llegó a una transacción por una acción colectiva por cargos no autorizados en perjuicio de sus usuarios.

En Canadá los operadores nacionales y regionales enfrentan una demanda por haber establecido un cargo por “acceso” además de la renta mensual sin informar suficientemente al consumidor y por lo cual podría haber enriquecimiento injusto. Lo interesante de este caso no es si procedía o no el cargo, sino la falta de información completa al consumidor para que éste supiera la justificación del cargo. Si el consumidor estaba deficientemente informado es como si le hubieran engañado y por ello las empresas de telecomunicaciones se habrían enriquecido injustamente. En esta acción colectiva hay más de 30,000 personas y se estima que el monto de la indemnización pudiera llegar a los 18,000 millones de dólares canadienses. Al momento de escribir esta obra no se sabe el resultado final del litigio que habrá de seguirse de cerca. ■