

■ Empresas muchas veces “atrapan a clientes con dolo” al ofrecer paquetes y tarifas: Ifetel Buscan claridad en servicios de **telefonía** e Internet

■ **MIRIAM POSADA GARCÍA**

Las empresas de telecomunicaciones deben ser más claras en la información que ofrecen a sus usuarios sobre paquetes, tarifas y lo que permiten o prohíben las “letras chiquitas de los contratos”, advirtió Alfonso Hernández Maya, director de Políticas del Usuario del **Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifetel)**.

Anunció que antes de 2016 el **Ifetel** ampliará la herramienta de comparación de tarifas de **telefonía móvil** que lanzó la semana pasada, con información sobre televisión de paga, **telefonía** fija e Internet, ante la creciente demanda de servicios de *single*, doble y **triple play**.

“En breve el **Ifetel** y la Procuraduría Federal del Consumidor pondrán a disposición de los usuarios de servicios de telecomunicaciones una página para denunciar cobros

indebidos de operadores y comercializadores, éstos últimos responsables del envío de mensajes con promociones y ofertas de productos que no son necesariamente de las grandes empresas”, dijo.

Hernández Maya explicó que con la **reforma de telecomunicaciones** y el desarrollo de herramientas en beneficio de los usuarios, la autoridad busca que las grandes empresas se hagan responsables de sus distribuidores y que eso se refleje en los productos y servicios a la población.

Detalló que además de los servicios que están a simple vista en el mercado por los concesionarios, hay comercializadores de servicios de valor agregado, que muchas veces “atrapan al cliente de manera dolosa o mala fe”, los cuales deben tener registro para operar y sobre los que la autoridad puede actuar cuando haya quejas de los usuarios. El funcionario dijo que el **Ifetel** emitirá

una “regulación muy específica sobre los tramos de responsabilidad de cada uno”.

Lo que ya está a disposición de los usuarios es la herramienta de comparación de paquetes y tarifas que el **Ifetel** puso a disposición la semana pasada, con la que, además de tener información detallada y actualizada, se busca que los usuarios aprendan a leer la “letra chiquita” de cada producto que les venden, porque uno de los casos más frecuentes es cuando les ofrecen “redes sociales ilimitadas”; sin embargo, cuando el usuario pretende ver un video que no pertenece a Facebook, sino a YouTube, es redireccionado y entonces la descarga puede ocasionarle costos adicionales.

El funcionario dijo que el **Ifetel** busca que los usuarios sean cada vez más cuidadosos de lo que adquieren, pero también que los concesionarios y operadores sean más transparentes.

