



CAMARA DE LEGISLADORES DE LA NACION MESA DE ENTRADA	
8 SEP 2005	
SEC. D	1º 5267 HORA 17:00



H. Cámara de Diputados de la Nación

Las Islas Malvinas, Georgias del Sur
y Sandwich del Sur son Argentinas

PROYECTO DE LEY

Modificación de la ley 24240 de Defensa del Consumidor

Art. 1º.-Incorpórese como Art. 19 bis, el siguiente texto:

Art. 19 bis.-Supuestos especiales. Servicio de telefonía celular. En la etapa precontractual, los representantes comerciales de empresas de telefonía celular deberán informar por escrito a los interesados, sobre todos los rubros enumerados a continuación, con los costos y cargos totales de cada uno, como parte integrantes de la oferta:

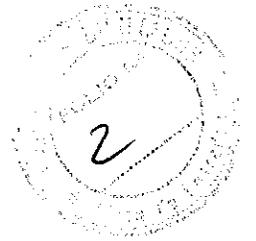
1. Características del plan al que se accede.
2. Costos administrativos mensuales
3. Costo unitario del minuto
4. Determinar que horas se consideran pico. Detalle de variación de costos del minuto de acuerdo al uso del servicio en horas pico, no pico, feriados, domingos o cualquier otro parámetro utilizado.
5. Costo unitario de envío de mensajes de texto.
6. Costo unitario de recepción de mensajes de texto
7. Costo unitario de envío de fotografías
8. Fecha de habilitación del servicio.
9. Costos para dar de baja el servicio. Medio idóneo y efectivo para dar de baja el servicio. Fechas dentro de los cuales se puede realizar sin que se impongan cargos extras.
10. Denominación fiscal de cada uno de los impuestos que gravan cada uno de los rubros.
11. Porcentaje de interés moratorio que se devengará mensualmente, en caso de pago de la factura fuera de término.
12. Determinación de los costos administrativos e impuestos a cargo del usuario en caso de interrupción del servicio por mora en el pago.
13. Determinación de los costos administrativos e impuestos a cargo del usuario en caso de reconexión del servicio interrumpido por mora en el pago.
14. Sistema de prorrateo de saldos

Art. 2º.-Incorpórese como Art. 19 ter el siguiente texto.

Art. 19 ter.- En caso de celebrarse el contrato, toda la información escrita detallada en el artículo anterior deberá agregarse a aquel y entregarse al consumidor con fecha, sello de la empresa, el nombre y firma del representante comercial que realiza la operación.

Art. 3º.- De Forma.

LUCIA GARIN de TULA
Diputada de la Nación



FUNDAMENTOS

Sr. Presidente:

Según un estudio realizado en abril de 2005, por la consultora Latin Panel Argentina especializada en paneles de hogares, integrante de una red internacional junto con los Grupos Taylor Nelson Sofres, Grupo Ibope Brasil, entre otros, que abarcan en conjunto el panel de consumidores mas amplio de América Latina, se obtuvieron los siguientes resultados:

- 1 de cada 4 argentinos tiene un teléfono celular.
- En los últimos 12 meses ,a partir de abril del 2004, el uso de celulares creció un 68%
- El 73% lo adquirió en los últimos 6 meses.
- Las líneas móviles duplican en cantidad a las fijas.
- En el sector marginal hubo un incremento del 91% del uso de telefonía móvil
- En la clase alta el incremento fue del 43%.
- Entre los usuarios el incremento se evidenció primero en las personas de más de 25 años, luego en las de 19 a 25 años y por ultimo en los menores de 17 años .
- El incremento es 17 veces mayor en los adolescentes y 7 veces más en los niños de entre 7y 13 años que en abril del 2004
- 1 de cada 10 niños entre 7 y 13 años de clase media y alta tienen teléfonos celulares.
- Entre los servicios mas utilizados el 1° es el identificador de llamadas , el 2° es el envío de mensajes de texto,3° recepción de mensajes de texto, 4° contestador automático y 5° iconos d sonido.

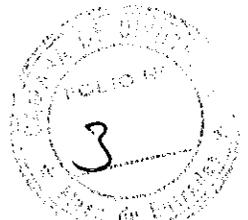
Este servicio desde hace unos años viene demostrando un gran desarrollo y evolución en nuestro país, y particularmente este estudio reciente da la pauta de la significativa expansión que tuvo en el ultimo año.

Es evidente que estamos ante una demanda masiva de millones de personas de distintas edades y clases sociales, caracteres que son tenidos muy en cuenta por las distintas empresas prestadoras del servicio. Cada una de ellas trata de posicionarse lo mejor posible en el mercado, utilizando cualquier tipo de medios y diseñando las más variadas estrategias que le permitan captar la mayor cantidad de usuarios, aprovechando en muchos casos la falta de preparación de algunos sectores marginales, que como vimos en el estudio, el porcentaje de solicitantes en esta clase social aumentó notablemente .

En pos de minimizar los costos, maximizar los beneficios y acumular capital, principio general del sistema capitalista , es que se producen constantes abusos por parte de las empresas prestadoras del servicio, (como Personal de Telecom. o, CTI,) en violación sistemática de los derechos del consumidor al momento de ofertar su servicio y al celebrar el contrato con el usuario. Generalmente, en el proceso de contratación no se da una información veraz, cierta, detallada ,objetiva eficaz y suficiente como lo establece el Art. 4 de la ley 24.240 de Defensa del Consumidor, omitiéndose una gran gama de datos que incidirían directamente en la decisión al momento de contratar el servicio.



H. Cámara de Diputados de la Nación



Las Islas Malvinas, Georgias del Sur
y Sandwich del Sur son Argentinas

Cuando una persona quiere acceder al sistema de telefonía celular, los representantes de las empresas brindan información en forma verbal, procurando en lo posible que sea de la manera más difícil de entender para el cliente, sobre la gran amplitud de planes, beneficios, minutos libres, costos generales etc. Esta información es retaceada, y siempre poco clara e imprecisa, especialmente respecto del precio total del servicio, los gastos actuales y los que surgirán inevitablemente en el futuro, llevando a contratar sobre una base de confusión y engaño; situación de la cual se dará cuenta recién al momento de recibir la factura. Por ejemplo no se informa sobre costos administrativos, envío de facturas etc. No se discrimina el precio unitario del minuto, costo del envío de mensajes de texto, costo de recepción de mensajes de texto

Cada empresa tiene una variada forma de facturación de acuerdo a distintos parámetros, por ejemplo, en facturas de la empresa Telecom Personal se hace una discriminación de precios del minuto cuando se utiliza el servicio en horas pico o no pico, o si es un día feriado, que no fueron informadas, ni se tiene constancia de ellas al momento de contratar. Tampoco se detalla por ejemplo cual será el porcentaje de interés moratorio aplicable en caso de pago fuera de término de facturas; posteriormente en la mismas se informa de esta situación, y los efectos que ello conlleva, como ser cargos por suspensión del servicio y cargos por reconexión del mismo. Generalmente no se identifican con exactitud los impuestos que gravan los distintos rubros del servicio. En facturas de la empresa CTI en ciertos rubros solamente dice que se debe pagar una determinada cantidad de pesos por "impuestos internos", desconociendo el cliente de cuales se trata en particular.

Dada la masividad del mercado y el dinamismo del sistema capitalista, las empresas, que son las que tienen el poder económico, la parte fuerte, utilizan el contrato de adhesión como herramienta jurídica y medio para el acceso al servicio. Este contrato se caracteriza por contar con cláusulas preestablecidas en formularios, donde no se da la posibilidad al cocontratante de discutir ni participar de su creación. Solo puede dar su conformidad o "asentimiento", adherirse o no, a lo que está establecido, ni siquiera llega a ser un consentimiento como manifestación de voluntad. Estos caracteres sumados a la deficiente información que se brinda produce el efecto de desvirtuar los principios de autonomía de la voluntad y equilibrio entre las partes, que debe existir "teóricamente" entre las partes contratantes al momento de cerrar un acuerdo.

Consideramos que la entrega de información escrita como obligación de la empresa, tiene una doble función: en la etapa precontractual se le dará la posibilidad al futuro cliente de evaluar lo mas claro posible cuanto va a ser el costo total de acceso al servicio, los efectos que producirá y tomar la decisión de contratar o no sobre la base de ello, con todos los elementos de convicción necesarios. En la etapa contractual al recibir el consumidor una copia del contrato con todos los detalles que se exigen en el proyecto de ley, se adquiere un elemento de prueba muy importante a la hora de hacer valer sus derechos.

Pretendemos dar la posibilidad, a los consumidores, que somos todos, de que por lo menos si vamos a contratar este servicio, lo hagamos con conocimiento de causa, con todos los elementos de evaluación necesarios.

Por lo expuesto es que solicito a mis pares diputados, acompañen el presente proyecto de ley.

UQUIA GARIN de TULA
Diputada de la Nación