



RECOMENDACIÓN QUE EMITE EL CONSEJO CONSULTIVO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES RESPECTO EL CONTRATO DE ADHESIÓN.

OPINIÓN:

A raíz de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR) y de la NOM-184-SCFI-2012, Prácticas comerciales- Elementos normativos para la comercialización y/o prestación de los servicios de telecomunicaciones cuando utilicen una red pública de telecomunicaciones (NOM-184), las autoridades (el IFT y la Profeco) han adoptado un criterio respecto a que todos los concesionarios y autorizados que presten servicios de telecomunicaciones deberán contar con un contrato de adhesión debidamente registrado. Dentro del IFT existe también el criterio que los servicios mayoristas no están obligados a usar un contrato de adhesión, lo cual es un criterio razonable apegado a la ley.

Sin embargo, afirmar que se debe usar un contrato de adhesión para cualquier relación comercial (no de mayorista) resulta legalmente infundado, además de generar una barrera artificial ya que limita la libertad contractual y la facultad de ofrecer servicios a la medida. El tema está generando una serie de complicaciones para todos los prestadores de servicios de telecomunicaciones, ya que hay empresas que sólo prestan servicios a la medida a otras empresas y no tiene sentido alguno usar un contrato de adhesión. Adicionalmente, los contratos de adhesión deben cumplir con una serie de requisitos que están contemplados en la NOM-184 y son aplicables para servicios que se prestan a una gran cantidad de usuarios finales. Muchas veces las empresas tienden a tener dos contratos: el de adhesión y el contrato a la medida, tornando el primero redundante, ya que generalmente los contratos a la medida contienen cláusulas más estrictas.

En ese sentido, el Consejo Consultivo se ha dado a la tarea de hacer un análisis respecto a la obligatoriedad del contrato de adhesión ya que consideramos que la interpretación de la ley que las autoridades han hecho es errónea y no siempre es necesario usar un contrato de adhesión. Cabe señalar que este Consejo considera que hay servicios que por la manera en que se prestan y toda vez que son contratos no negociables, sí deben contar con un contrato de adhesión, el cual debe cumplir con los requisitos de la NOM-184 (la cual debería modificarse para adecuarse a la realidad de las operaciones) y estar debidamente registrado.

Por lo anterior, el Consejo Consultivo considera y recomienda lo siguiente, derivado del análisis que se adjunta al presente como Anexo 1.

CONSIDERANDOS

1. El contrato de adhesión está concebido para situaciones muy particulares en las que quien presta el servicio decide que será un contrato no negociable y por lo tanto la autoridad debe proteger los intereses de los consumidores. Se trata de casos donde los consumidores carecen de un poder para negociar con los proveedores, por lo cual se busca evitar a través de los contratos de adhesión que éstos incluyan cláusulas abusivas, engañosas o unilaterales. En ese sentido, para otros tipos



de clientes con capacidad de negociar con el proveedor, no debe impedírseles el poder negociar los términos y condiciones de su relación, ni coartárseles el principio general de la libertad contractual.

2. Los artículos 191 y 192 de la LFTR hacen referencia a contratos y a contratos de adhesión. Para los primeros, el artículo 192 prohíbe la inclusión de algunos tipos de cláusulas, protegiendo el interés de aquellos contratos que son negociados. Por su parte, la NOM-184 establece los requisitos para los contratos de adhesión. En este caso observamos que la ley contempla la posibilidad de negociar libremente un contrato o bien, de usar contratos de adhesión. En ese sentido, el IFT no debe obligar a concesionario o autorizado alguno a registrar contratos de adhesión si dicho concesionario o autorizado no los utiliza.
3. No existe disposición legal alguna que obligue a usar contratos de adhesión. Debe ser claro que la obligación derivada de la NOM-184 es registrar el contrato de adhesión en caso que se utilice, pero en ningún artículo se establece como única opción utilizar contratos de adhesión.
4. Los derechos de los usuarios no se protegen únicamente con los contratos. Existen otros mecanismos que son utilizados como la carta de derechos mínimos del artículo 191 de la LFTR.
5. Obligar a las empresas a utilizar contratos de adhesión es oneroso e innecesario. Es una carga regulatoria que no se requiere. Como se ha mencionado, hay muchos casos en que la negociación del contrato es necesaria y no hay forma de aplicar un contrato con lo contemplado en la NOM-184. Imponer artificialmente la obligación de usar contratos de adhesión es malo para la competencia y resulta una carga regulatoria que sobra. En muchos casos se ha prestado a esquemas de simulación entre el cliente y el concesionario.
6. Como se ve en el análisis adjunto, existen casos en que es imposible usar el contrato de adhesión. Simplemente hay que considerar las licitaciones públicas con gobierno en que el propio gobierno impone su propio contrato que no es el de adhesión registrado ante la Profeco. Lo mismo ocurre con clientes grandes, ya que ellos imponen su contrato. Adicionalmente, el tiempo que se tarda una empresa en registrar un contrato de adhesión es otra barrera a la competencia porque impide que alguien que reciba su título habilitante pueda operar desde el día uno. Si no hay contrato con los usuarios (suponiendo que el de adhesión es obligatorio), entonces no se puede iniciar la prestación de los servicios.



II Consejo Consultivo INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Derivado de lo anterior, resulta fundamental que el IFT adopte un criterio respecto al controvertido tema del contrato de adhesión. Para tales efectos, este Consejo recomienda al IFT:

1. Emitir un criterio respecto a que el contrato de adhesión no es obligatorio en caso que el concesionario o autorizado decida negociar libremente los contratos con sus clientes.
2. En la revisión de la NOM-184 con otras entidades gubernamentales, considerar lo expresado en esta recomendación para que cuando sea necesario exigir un contrato de adhesión, éste cumpla con la finalidad de interés público detrás de estos y evitar exigir de manera generalizada este tipo de contratos que no se ajustan a la realidad de la negociación de contratos y prestación de servicios de telecomunicaciones.

Dr. Ernesto M. Flores-Roux

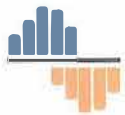
Presidente

Lic. Juan José Crispín Borbolla

Secretario del Consejo

La presente Recomendación fue aprobada por el II Consejo Consultivo del Instituto Federal de Telecomunicaciones por unanimidad de votos de los Consejeros: Clara Luz Álvarez González de Castilla, Patricia Arriaga Jordán, Carlos Arturo Bello Hernández, Enriqueta Cabrera Cuarón, Ernesto M. Flores-Roux, Gerardo Francisco González Abarca, Erick Huerta Velázquez, Erik Huesca Morales, Salma Leticia Jalife Villalón, Elisa V. Mariscal Medina, Luis Miguel Martínez Cervantes, Carlos Alejandro Merchán Escalante y Rodrigo Morales Elcoro, en términos del artículo 17 último párrafo, de las Reglas de Operación del Consejo Consultivo, mediante Acuerdo CC/IFT/VotaciónElectrónica/3 de fecha 14 de marzo de 2017.

El Consejero Carlos Arturo Bello Hernández desarrolló el proyecto de Recomendación con la colaboración de la Consejera Clara Luz Álvarez González de Castilla y del Consejero Ernesto M. Flores-Roux.



ANEXO 1
ANÁLISIS

1. Definición de Contrato de Adhesión.

De conformidad con el artículo 6 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (en adelante "LFTR") y para efectos del presente escrito, el término "contrato de adhesión" debe entenderse en términos del artículo 85 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (en adelante "LFPC"), que a la letra establece:

"Artículo 85.- Para los efectos de esta ley, se entiende por contrato de adhesión el documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio, aun cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato..."

2. La LFTR hace referencia a contratos de adhesión y a otros contratos, por lo que la propia LFT acepta el principio de voluntad de las partes.

Con el desarrollo e incremento de la actividad comercial, en la contratación y comercialización de productos o servicios, resultó prácticamente imposible la negociación personal y particular de negocios jurídicos, forzando a las partes a no poder negociar las condiciones que pudieran existir entre los acuerdos mutuos respecto al objeto, duración o condiciones de los mismos. Fue así que surgió la figura de los llamados contratos de adhesión, los cuales dieron una solución práctica al problema jurídico de la contratación o comercialización en masa, lo cual fomentó la seguridad jurídica entre contratantes en operaciones de consumo masivo.

Ahora bien, no debe perderse de vista que los contratos de adhesión son una especie de contrato de naturaleza mercantil. La diferencia específica que los distingue de los contratos mercantiles generales es su uso estandarizado en la comercialización en masa de diversos productos y servicios, así como el hecho de que el proveedor establece en dicho contrato unilateralmente las cláusulas y condiciones que por su naturaleza resultarían de difícil negociación entre el proveedor y cada uno de los clientes o consumidores. En consecuencia, todos los contratos de adhesión son contratos mercantiles, pero no todos los contratos mercantiles son contratos de adhesión.

Siguiendo este orden de ideas, en la definición de contrato de adhesión contenida en el artículo 85 de la LFPC, podemos encontrar la característica que determina que un contrato mercantil sea considerado como contrato de adhesión, específicamente, cuando establece "...el documento **elaborado unilateralmente** por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio... ". De esta definición se desprende que, cuando un proveedor y un consumidor pueden negociar las cláusulas y términos y condiciones para la prestación de un servicio específico de telecomunicaciones, no nos encontramos ante un contrato de adhesión, ya que no se elaboró unilateralmente por el proveedor del servicio.



En ese sentido, si bien la LFTR contempla en su Título Noveno los derechos de los usuarios y sus mecanismos de protección, listando los derechos mínimos de los que gozan y cuyo contenido fue coordinado con la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, las disposiciones relativas al contrato de adhesión de los usuarios de telecomunicaciones se redactaron con el objeto de evitar cláusulas desproporcionadas, contrarias a derecho, o excesivamente gravosas para los usuarios que celebren contratos de adhesión y que no estén en posibilidad de negociar y modificar su contrato de prestación de servicios.¹

En ese sentido, la LFTR establece en su artículo 191 un catálogo de derechos de los usuarios, entre los cuales se incluye el derecho a contratar y conocer las condiciones establecidas en los “modelos de contrato de adhesión” registrados ante la Profeco, en el entendido que este derecho es exigible al Concesionario y/o Autorizado cuando efectivamente cuente con un contrato de adhesión. Como se ha mencionado, el uso de contratos de adhesión en el sector de telecomunicaciones está previsto para los servicios de telecomunicaciones en que la forma de comercialización y contratación se realiza a través de formatos uniformes, con condiciones impuestas unilateralmente por el proveedor del servicio y que están dirigidos a una generalidad que no puede modificarlos ni negociarlos. Por tal motivo, las disposiciones de este artículo en relación a los contratos de adhesión claramente se refieren a las relaciones generales de consumo que se realizan a través de contratos “de adhesión, principalmente aquellos para uso residencial y/o personal que no pueden variarse sus términos y condiciones”.

Por otro lado, el artículo 192 de la LFTR establece una serie de limitaciones aplicables a todos los contratos celebrados entre los Concesionarios o Autorizados y sus clientes. En su parte conducente, dicho artículo señala que:

“Artículo 192.- En los contratos que celebren los concesionarios o autorizados con los usuarios y suscriptores para la prestación de los servicios se deberá observar lo establecido en esta Ley; serán nulas de pleno derecho y se tendrán por no puestas las cláusulas que: ...”

Consideramos que, la LFTR al no limitar o distinguir el término “contratos”, el artículo 192 es aplicable a todos los contratos de prestación de servicios de telecomunicaciones, incluyendo contratos de adhesión, sin distinción por tipo de servicio, usuario, cliente, proveedor, etc.

En tal virtud, se concluye que, en contraste con el artículo 192, el artículo 191 de la LFTR además de señalar los derechos de los usuarios en los servicios de telecomunicaciones de forma general, tiene como objeto proteger y limitar las relaciones jurídicas entre proveedor y usuario que se generan a través de contratos de adhesión.

Asimismo, podemos considerar que los derechos de los usuarios mencionados en la fracción V del artículo 191, son aplicables especialmente a las relaciones comerciales generadas por contratos de adhesión, y que adicionalmente les son aplicables las disposiciones específicas en relación a los contratos de adhesión, establecidos en la LFPC y demás disposiciones aplicables.

¹ El 6 de julio de 2015 se publicó en el DOF el “Acuerdo mediante el cual la Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Federal de Telecomunicaciones, determinan los derechos mínimos que deben incluirse en la carta a que hace referencia el artículo 191 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión”.



De aquí se deriva que la interpretación de dicho artículo es establecer derechos específicos a aquellos consumidores que contratan servicios de telecomunicaciones mediante contratos de adhesión y no mediante contratos mercantiles y sin obviar los derechos que tienen como usuarios de telecomunicaciones independientemente que contraten sus servicios mediante contratos de adhesión o no.

En virtud de lo anterior, se observa que los requisitos contemplados en el artículo 192 de la LFTR son los mínimos para los contratos celebrados y negociados libremente entre los Concesionarios y/o Autorizados y sus usuarios o suscriptores. De tal forma que, al cumplir con los requisitos establecidos en dicho artículo, se protegen los derechos de los usuarios al momento de la contratación de servicios de telecomunicaciones, sin que ello implique la necesidad de celebrar un contrato de adhesión, y que adicionalmente éste deba ser registrado ante la Procuraduría Federal del Consumidor.

Resulta necesario aclarar que el alcance de ambas disposiciones de la LFTR y la diferencia entre contrato de adhesión y contrato mercantil tienden a ser confundidos como una misma hipótesis normativa; sin embargo, son aplicables para distintos supuestos.

3. No existe una disposición legal que obligue expresamente a los Concesionarios o Autorizados a utilizar un contrato de adhesión.

El artículo 193 de la LFTR no obliga a Concesionarios o Autorizados a usar o implementar un contrato de adhesión para la prestación de sus servicios de telecomunicaciones. Únicamente establece la obligación de que, en caso que quiera implementar un contrato de adhesión, dicho contrato deberá de ser registrado en el Registro de Contratos de Adhesión.

En relación con lo anterior, de una interpretación estricta al artículo 193 de la LFTR, se acredita que no resulta obligatorio para los concesionarios o autorizados el registro de un contrato de adhesión para llevar a cabo la prestación de los servicios de telecomunicaciones para todos los casos. Dicho artículo señala:

***“Artículo 193.** Los concesionarios o autorizados deberán registrar ante la PROFECO, previamente a su utilización, los modelos de contratos de adhesión que pretendan celebrar con los usuarios, los cuales deberán cumplir con lo dispuesto en esta Ley, en la Ley Federal de Protección al Consumidor y demás disposiciones aplicables.”*

ÉNFASIS AÑADIDO

De dicha transcripción se logra advertir que sólo en el caso de que el prestador de servicios pretenda celebrar un contrato de adhesión con los usuarios, éste deberá ser registrado ante la PROFECO, previo a su utilización y que, por el contrario, si no utiliza un contrato de adhesión para la prestación de sus servicios, no se encuentra obligado a registrar dicho tipo de contrato.

Entendemos que, si la intención del legislador hubiese sido que los servicios de telecomunicaciones únicamente pudieran prestarse mediante la celebración de contratos de adhesión, así se encontraría plasmado en la ley como obligación para la formalización para la prestación de dichos servicios. Sin embargo, de la lectura de la ley aplicable, no se advierte la obligatoriedad de prestar servicios de telecomunicaciones mediante la celebración de un contrato de adhesión con los usuarios de dichos servicios, siempre y cuando se les permita negociar y modificar el contrato respectivo.



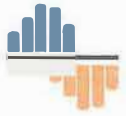
De tal suerte, en caso de que un Concesionario o Autorizado celebre un contrato mercantil que pueda ser negociado y modificado por sus usuarios o suscriptores, y que el mismo respete los términos y condiciones establecidos en el artículo 192 de la LFTR, este contrato deberá ser considerado como un contrato totalmente válido y exigible y, por no ser un contrato de adhesión, no será necesario registrarlo ante la PROFECO, toda vez que el mismo sería un contrato libremente negociado por las partes y no un contrato de adhesión.

Lo anterior resulta de gran importancia, toda vez que muchos Concesionarios o Autorizados, por su modelo de negocios, prestan servicios a usuarios muy específicos y no necesariamente en un gran volumen, incluyendo entre ellos empresas, y por lo mismo, pueden negociar distintos términos y condiciones para la prestación de sus servicios con cada uno de sus usuarios, en razón de la naturaleza, objeto, o destino de los servicios prestados, así como de los usuarios que requieren la prestación de los mismos. En este sentido, para los Concesionarios o Autorizados, resulta excesivo y poco práctico celebrar un contrato de adhesión que deba ser previamente registrado ante PROFECO, ya que con cada uno de sus usuarios celebra un contrato de prestación de servicios que previamente fue negociado y acordado por ambas partes.

Aunado a lo anterior, cabe recordar que un contrato de adhesión es una solución para los casos en que las partes están prácticamente imposibilitadas para negociar el contenido y alcance de las cláusulas de un contrato, en específico, cuando se trate de contratos de prestación de bienes o servicios dirigidos a una generalidad. Sin embargo, como ya se ha mencionado, en el caso de un gran número de prestadores de servicios, debido a la cantidad y características de sus clientes, además de ser necesario por el tipo de servicios "a medida", sí es posible negociar el clausulado de un contrato con cada uno de ellos de forma individual y específica, y por lo tanto no existe necesidad de contar con un contrato de adhesión para la prestación de sus servicios.

Por otro lado, cabe señalar que la NOM-184 establece, entre otras cosas, requisitos mínimos que deben contener los contratos de adhesión en la prestación de servicios de telecomunicaciones que utilicen con sus consumidores en sus relaciones comerciales, con la finalidad de que se cuente con la mayor información posible para que los consumidores tomen la decisión que más convenga a sus intereses. Es importante mencionar que estos requisitos mínimos son aplicables únicamente a los contratos de adhesión que puedan usar los prestadores del servicio, sin que mencione de forma obligatoria el uso de los mismos para la prestación de sus servicios.

De igual forma, dicha NOM-184 prevé en su numeral 5 "*De los contratos de adhesión*" y subsecuentes, que los contratos de adhesión relativos a la prestación de servicio de telecomunicaciones que sean utilizados por los proveedores con los consumidores deben cumplir ciertas características, entre ellas, que dichos contratos de adhesión deberán, previo a su utilización, encontrarse registrados ante PROFECO, obligación que la encontramos igualmente en el artículo 193 de la LFTR. Esta obligación de registro previo es una obligación aplicable sin duda alguna a los contratos de adhesión, mas no para los contratos mercantiles de prestación de servicios que no se consideran como contratos de adhesión. Lo anterior, derivado de que en dichas disposiciones no se advierte la obligación de registrar otro tipo de contratos que no sean de adhesión, sino por el contrario, se estipulan requisitos y controles específicos para el proveedor cuando intente utilizar contratos de adhesión, ya que se entiende que los mismos no están sujetos a negociación por parte del cliente y por lo tanto pueden perjudicar sus derechos como consumidor.



4. Misma protección a los derechos de los usuarios y suscriptores de los servicios de telecomunicaciones como consumidores.

Es importante mencionar que los derechos que otorga la LFTR como la LFPC a los usuarios y suscriptores en su carácter de consumidores se generan en virtud de la adquisición de bienes y servicios como destinatarios finales, mas no se debe entender que se generan por la celebración de cierto tipo de contrato que formalice la relación comercial entre consumidor y proveedor.

Lo anterior resulta relevante, ya que los derechos que tienen los usuarios y suscriptores como consumidores son iguales, ya sea que celebren un contrato de adhesión o que celebren un contrato "ordinario" de prestación de servicios. La única diferencia versa en la protección adicional que se debe otorgar a los consumidores cuando no se les permita negociar y/o modificar los términos y condiciones de la prestación de los servicios que contraten; esto es, cuando los proveedores de los servicios de telecomunicaciones utilicen formatos de contratos elaborados unilateralmente que no pueden ser negociados y/o modificados por los usuarios, la LFTR, la LFPC y la NOM-184, establecen requisitos específicos que dichos contratos de adhesión deben de tener; esto, con el objeto de proteger los derechos de los usuarios y suscriptores como consumidores.

Por el otro lado, en el caso que el proveedor de servicios de telecomunicaciones use contratos "ordinarios" para la prestación de sus servicios, no es necesaria la protección adicional a este tipo de contratos, ya que se entiende que la autonomía de la libertad de la voluntad de las partes acuerda de forma libre la manera en que se prestarán los servicios y, por lo tanto, se entiende que lo celebran de forma libre y consensuada.

Independientemente de lo anterior, es importante mencionar que la LFTR, a pesar de no establecer los mismos requisitos a este tipo de contratos como a los requisitos impuestos a los contratos de adhesión, sí establece mínimos necesarios que se deben de respetar en este tipo de contratos, por lo que la protección de los derechos de los usuarios y suscriptores siguen igualmente protegidos en la formalización de esta relación comercial.

De lo anterior se desprende que la relación entre consumidor y proveedor no depende exclusivamente de la celebración de un contrato de adhesión o no, y por lo tanto, no existe la obligatoriedad de que toda relación de consumo sea formalizada por un contrato de adhesión, sino que la relación de consumo se crea con la celebración de un contrato de prestación de servicios o de un contrato de adhesión.

5. La obligación a Concesionarios y/o Autorizados de contar con un contrato de adhesión cuando el mismo no se utiliza con sus clientes es una obligación regulatoria onerosa que genera barreras a la competencia.

En relación a este punto, el IFT debe considerar que la obligación de contar con un contrato de adhesión, cuando el Concesionario y/o el Autorizado respectivo no cuentan ni utiliza este tipo de contrato para la formalización de su relación comercial con sus usuarios y suscriptores resulta una obligación onerosa e innecesaria.



Muchos prestadores de servicios de telecomunicaciones, en virtud de no utilizar un modelo de contrato de adhesión para la formalización de sus relaciones comerciales con clientes, consideran que la obligación de contar con uno les resulta oneroso, no sólo por los costos asociados para la elaboración y registro del mismo, sino porque se utilizarán recursos económicos y humanos para la elaboración y registro de un contrato de adhesión que no se utilizará con ninguno de sus clientes por el modelo de negocio que utiliza con cada uno de ellos. En virtud de esto, dicha obligación resultaría innecesaria en la prestación de los servicios y cumplimiento regulatorio, y sólo representa una barrera real en la competencia en la prestación de servicios de telecomunicaciones, ya que sólo aquellos Concesionarios y/o Autorizados que cuenten con los recursos económicos y humanos necesarios para cumplir con esta obligación lo podrán realizar de forma oportuna.

6. Aspectos prácticos que apoyan lo anterior:

Como ha quedado relacionado, no se debe considerar obligatorio contar con un contrato de adhesión cuando en la práctica no se utiliza dicho tipo de contrato, ya que:

- a) Para muchos concesionarios y autorizados existen clientes que requieren servicios a la medida, en donde se negocian garantías, plazos, condiciones técnicas, servicios de mantenimiento, acuerdos de niveles de servicio (conocidos como SLAs (*Service Level Agreements* por sus siglas en inglés) que son compromisos de calidad específicos que tienen cobros específicos) y capacidad de respaldo específicos, todo esto para satisfacer las necesidades particulares de cada cliente. Para dichos clientes, contar con un contrato de adhesión sería innecesario y al mismo tiempo inadecuado.
- b) En aquellas licitaciones con entidades gubernamentales en las que participan los concesionarios o autorizados, la entidad de gobierno siempre proporciona el contrato que se utilizará para la prestación de servicio. No hay opción para que el concesionario o autorizado pueda obligar a la entidad gubernamental a utilizar un contrato de adhesión.
- c) Existen empresas de gran tamaño que por su importancia y necesidades imponen los contratos a los proveedores de servicios de telecomunicaciones. En estos casos, el contrato de prestación de servicios se incluye en contratos maestros de servicios que dependen de los formatos de los clientes. En este caso igualmente no se utilizan contratos de adhesión para la prestación del servicio.
- d) No se puede solicitar a PROFECO la revisión de un contrato de adhesión sino hasta que se cuenta con el título habilitante correspondiente. Esto genera un retraso importante en el inicio de la prestación de los servicios puesto que no sólo se tiene que esperar a recibir el título habilitante, sino que una vez que se recibe se debe esperar de 2 a 6 meses para iniciar operaciones porque ese es el tiempo que tarda PROFECO en autorizar un contrato de adhesión. Esto es claramente una barrera a la competencia.



Es importante enfatizar que, dentro de la regulación aplicable, NO existe fundamento alguno que obligue a los concesionarios o autorizados a contar con un contrato de adhesión cuando no utilice dicho tipo de contratos para la prestación de sus servicios. Solamente existen obligaciones relacionadas con los requisitos y limitaciones que deben de contener dicho contrato de adhesión cuando efectivamente se utilice y se cuente con dicho tipo de contratos para la prestación de servicios de telecomunicaciones.

En ese sentido, resulta claro que **la utilización del contrato de adhesión es entonces potestativa y no obligatoria**, ya que muchos modelos de negocio u operaciones comerciales de los Concesionarios o Autorizados se rigen bajo el principio de libertad contractual siempre y cuando el contrato no contravenga lo establecido en el artículo 192 de la LFTR previamente señalado.