



Comunicado de prensa

Madrid, 20 de julio de 2021

Los principales operadores españoles refuerzan su compromiso con el mercado y actualizan su código ético de llamadas comerciales para aumentar el nivel de protección de los clientes

- **Movistar, Orange, Vodafone, Grupo MASMOVIL y Euskaltel refuerzan el acuerdo que alcanzaron en 2010 con el objetivo de intensificar el control y aumentar las garantías de los consumidores.**
- **Los clientes se beneficiarán de importantes mejoras ya que recibirán más información cuando reciban llamadas, SMS o correos electrónicos ofreciendo servicios de proveedores diferentes al que tengan contratado.**

Los principales operadores de telecomunicaciones del mercado español – Movistar, Orange, Vodafone, MASMOVIL y Euskaltel – continúan avanzando en su compromiso con el mercado y sus clientes y refuerzan su código ético para garantizar las mejores prácticas de comercialización de sus productos y servicios en materia de televenta.

Con el propósito de ofrecer a los consumidores una protección actualizada a los hábitos de la sociedad actual y una mayor transparencia en las prácticas de venta, los cinco grandes operadores han firmado un nuevo Código Deontológico que refuerza el alcanzado en 2010 y que actúa como mecanismo de autorregulación para que los clientes cuenten con todas las garantías a la hora de contratar sus servicios. Esta iniciativa es un primer punto de partida, abierta a que otras operadoras se sumen también al acuerdo.

Así, los operadores establecen determinadas obligaciones que complementan y refuerzan las establecidas en la regulación actual con el fin de adoptar los máximos estándares de calidad en la venta y protección en relación con la normativa aplicable en cada momento y, en particular de la normativa de protección al consumidor, de protección de datos, de servicios de la sociedad de la información y contratación electrónica y la normativa de competencia desleal.

El nuevo código incluye una serie de iniciativas que aumentan de forma relevante las garantías para el consumidor, entre otras:

- Se garantiza que se controlarán, a través de auditorías, las actuaciones de los distribuidores y otras plataformas de emisión de llamada para que no utilicen medios engañosos, fraudulentos ni, en general, desleales para la competencia y se aumente el control para que no se puedan obtener datos del consumidor y/o contestaciones que pudieran interpretarse como una aceptación al cambio de operadora, ni tampoco obtener del consumidor cualquier otro comportamiento económico.
- Se aumentan las garantías para que los clientes incluidos en sistemas de “Listas Robinson” no sean contactados.
- Se garantiza que las llamadas comerciales no se realizarán antes de las 9:00 horas ni después de las 21:00 horas y nunca en sábados, domingos y festivos. Los operadores ya han iniciado los cambios en sus respectivas operativas para asegurar, adicionalmente, que, a lo largo de los próximos meses, y como máximo a partir del 1 de enero de 2022, dejen de realizarse llamadas comerciales antes de las 10h o entre las 15h y las 16h.
- Se limita a un máximo de tres intentos mensuales el número de tentativas de llamada a clientes no contactados.
- Se garantiza que, cuando un potencial cliente conteste una llamada y manifieste no tener interés por la propuesta comercial, la operadora no le vuelva a llamar en un plazo de tres meses.
- Se ofrecerá al consumidor receptor de la llamada, efectuar y, en su caso, solicitar una llamada de vuelta (“callback”) si en el momento del contacto el mismo no pudiera tener la conversación comercial.

En cuanto a la transparencia en la información a la que podrá acceder el consumidor, el nuevo protocolo contempla importantes mejoras:

- Las operadoras asegurarán que el teleoperador que realiza la llamada pueda facilitar al usuario un número de teléfono para obtener información de cualquier otro producto o realizar cualquier otra gestión comercial y/o de reclamación con el operador.
- El consumidor conocerá siempre el número desde el que se llama, la marca comercial que le está contactando y el motivo exclusivamente comercial de la llamada.
- El consumidor tendrá acceso a información sobre el origen o la base de datos de la que provienen sus datos y, en concreto, el nombre del responsable de la misma, tanto en el ámbito de la actividad de televenta como en el envío de comunicaciones por medios electrónicos. También, si está interesado, podrá conocer el nombre de la empresa de call center desde la que le están contactando.

De esta forma, los cinco operadores comparten el propósito de que exista una mayor efectividad a la hora de poder detectar y eliminar cualquier práctica comercial que se aparte de estos exigentes estándares regulatorios y éticos. Por otra parte, se comprometen a implementar entre ellos un procedimiento común ágil de resolución



de reclamaciones de los clientes que hayan podido ser víctimas de prácticas comerciales contrarias al Código.

Las compañías, además, colaborarán entre ellas para poner en conocimiento y, si es necesario, denunciar ante los organismos competentes la existencia de hechos constatables que pudieran resultar fraudulentas o lesivos para los clientes.

Por último, los operadores accederán a dar de baja los servicios que hayan podido ser contratados en el marco de una acción de televenta con fraude o acto contrario a las exigencias de buena fe, siempre que se haya cursado como máximo una factura por dichos productos y servicios. La baja se realizará asegurándose de que el cliente no pierde la conectividad ni debe asumir ningún tipo de penalización económica. El operador receptor, al que el cliente vuelve, restablecerá el alta en la misma tarifa y condiciones que tuviera antes de la migración o a una similar si ésta hubiera desaparecido.

Emilio Gayo, presidente de Telefónica España, ha señalado que *“los consumidores tienen el derecho de recibir información transparente en las llamadas, todas. También tienen derecho a conocer quién y por qué se les llama y, por supuesto, tienen derecho a que no se les moleste a cualquier hora del día. Ese debe ser nuestro objetivo como sector y esta es la razón de haber reforzado un código ya antiguo, que tiene que actualizarse con los avances de la sociedad, los cambios en los derechos de los consumidores y el necesario comportamiento ético que debemos demostrar como operadores de referencia en el mercado español”*.

Por su parte, Jean-François Fallacher, consejero delegado de Orange España, ha señalado que *“los operadores de telecomunicaciones hemos adaptado nuestras actuaciones a lo largo de los años para ajustarnos a los hábitos de los consumidores y, como no puede ser de otra forma, ser cada vez más respetuosos con sus derechos y privacidad en las prácticas comerciales que llevamos a cabo a la hora de ofrecer nuestros servicios. El nuevo compromiso que hoy asumimos con la renovación de este código de televenta no solo servirá para adecuar públicamente nuestras prácticas a una sociedad cada vez más exigente, sino que también nos permitirá seguir siendo un referente en un comportamiento responsable hacia nuestros actuales y potenciales clientes, como prestadores de un servicio esencial para la sociedad”*.

“Esta iniciativa conjunta por parte de la industria supone un impulso para promover prácticas más saludables en nuestro sector. Mediante esta actualización del protocolo, asumimos nuevas obligaciones complementarias a las ya existentes, para actualizarlas y adaptadas a los nuevos tiempos y derechos de los consumidores en un entorno cada vez más digital. En definitiva, un paso importante para mejorar nuestra relación con los clientes y mejorar la percepción de la industria”, menciona Colman Deegan, CEO de Vodafone España.



MASMOVIL®



“Mediante la actualización de este acuerdo, el sector de las telecomunicaciones, a iniciativa propia, da un nuevo paso adelante y demuestra una vez más el compromiso con los clientes y el mercado, y con el desarrollo de las mejores prácticas comerciales garantizando al mismo tiempo su máxima protección y el derecho a elegir su proveedor de servicios de telecomunicaciones”, dijo Meinrad Spenger, CEO del Grupo MASMOVIL.

“Con este acuerdo, que actualiza el anterior, mostramos el compromiso que nos guía como operador y que sitúa al cliente en el centro de nuestra actuación. Por eso, con este código que reforzamos ahora, nos aseguramos de velar por la transparencia y la calidad en el acompañamiento a todos los usuarios del sector”, indicó José Miguel García, CEO de Euskaltel.

Los operadores constituirán un comité de seguimiento que se reunirá con periodicidad semestral para compartir y revisar la marcha del Código y, si hiciera falta, actualizar y adaptar su contenido.