

¡Me han hecho *slamming*!

Las asociaciones de consumidores alertan sobre una práctica fraudulenta conocida como *slamming*: un cambio de compañía o de servicio sin el consentimiento expreso del cliente. Algo que aunque suene imposible no lo es, y ha comenzado a ser más habitual de lo que parece.

MARIÁN LEZAUN

✉ marianlezaun@gmail.com

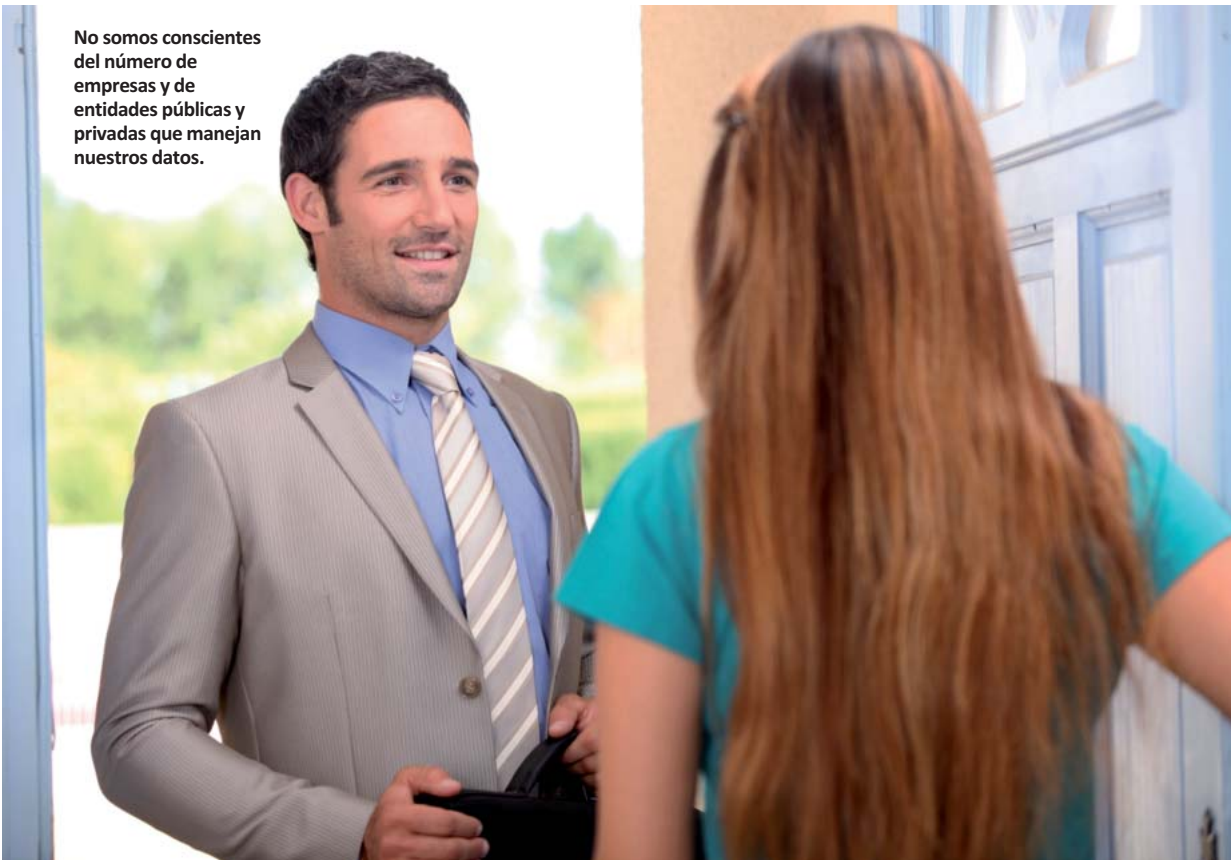
📧 [mlezaun@](#)

EL *SLAMMING* es el término que designa a una práctica fraudulenta que consiste en cambiar de compañía de servicios –telefónicos, energéticos, financieros, etc.– a un cliente sin que este haya manifestado su consentimiento. Mostrar cierto interés respecto a una determinada oferta, consultar tarifas o recibir con educación a un comercial en nuestro domicilio puede traernos consecuencias inesperadas. No somos conscientes del número de empresas y de entidades públicas y privadas que manejan nuestros datos y que nos ponen en la agenda de comerciales sin escrúpulos dispuestos a todo por ganar su comisión. Así, cualquier vendedor con la habilidad suficiente puede hacerse con ellos y “colocarnos” su oferta sin que nosotros hayamos decidido hacerlo. Porque el *slamming* utiliza el engaño, la confusión y la presión comercial para hacerse con todos los datos que necesita. Las compañías eléctricas y los operadores de telecomunicaciones se des-

marcan de estas prácticas y dicen que se trata de casos aislados y que la responsabilidad está en los propios comerciales que trabajan de manera autónoma pero, según Fagua, muchas veces no es así. “Si los comerciales trabajan para una determinada compañía, la responsabilidad es de esa compañía”, apunta Miguel Ángel Serrano, miembro del gabinete jurídico de la esta federación de consumidores andaluza que ya denunció hace dos años un caso masivo de *slamming* en Málaga. En aquel momento se realizaron cientos de cambios de tarifas eléctricas (de la tarifa regulada a la del mercado libre). También la petrolera GALP, ha sido multada recientemente por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) con 400.000 euros por haber vulnerado el derecho de los consumidores a elegir su suministrador de energía eléctrica y de gas, así como por el incumplimiento de otras medidas de protección del consumidor establecidas en la legislación.

El *slamming* es el término que designa a una práctica fraudulenta que consiste en cambiar de compañía de servicios a una persona sin su consentimiento

No somos conscientes del número de empresas y de entidades públicas y privadas que manejan nuestros datos.



Voz de alerta. Las asociaciones de consumidores han lanzado la voz de alerta porque, la práctica que se hizo frecuente hace unos años en el sector de las telecomunicaciones, está comenzando a aparecer en otros sectores debido a la liberalización del mercado de servicios de gas, electricidad y agua. No obstante, el *slamming* tuvo especial auge con una circular emitida en 2001 por la Comisión Nacional del Mercado de Telecomunicaciones que impedía al operador de acceso verificar las preasignaciones que solicitara cada empresa. Después de numerosas reclamaciones, alegaciones colectivas y cambios continuados en la legislación, se impidió que el sector se armara de impunidad legal. Sin embargo, la práctica ha vuelto al mercado porque siguen existiendo cabos sueltos y, además de las empresas de telecomunicaciones, ahora son las compañías eléctricas las que acaparan un mayor número de reclamaciones.

Para los expertos, en la mayoría de los casos, el *slamming* se produce porque confluyen la intención de un comercial deshonesto con la desinformación de un cliente con buena intención. Para Miguel Ángel Serrano, miembro del equipo jurídico de Facua, el problema con las compañías energéticas es que las empresas que comercializan los servicios son diferentes a las que los prestan y, aún más, la complejidad de los precios de la energía hace que muchas veces los clientes desconozcan qué es lo que están contratando. “Esto ocurre a menudo cuando se contratan servicios energéticos del denomina-



Por si las dudas

● En la página web de la Comisión Nacional de Mercados y la Competencia se puede consultar toda la información necesaria sobre los operadores del mercado, hacer simulaciones de tarifa y consultar cualquier duda que tengamos sobre la prestación de bienes y servicios.

www.cnmc.es

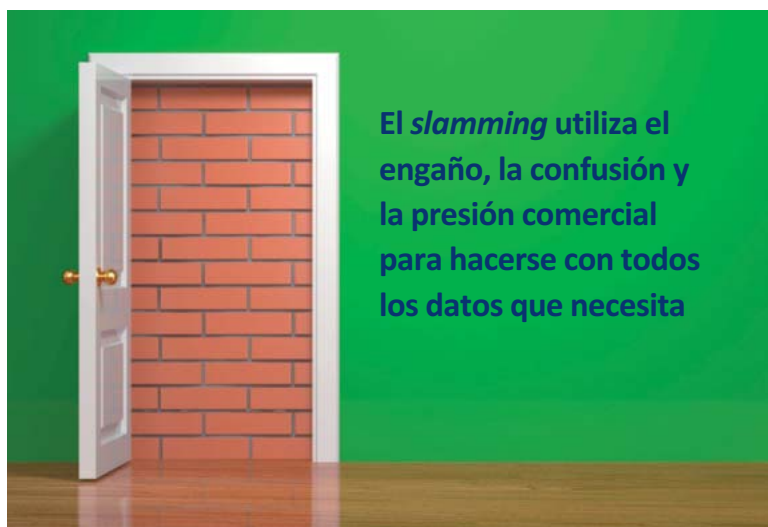


La complejidad de los precios de la energía hace que muchas veces los clientes desconozcan qué es lo que están contratando



do mercado libre, porque muchas veces se nos obliga a contratar servicios adicionales que no son obligatorios: de mantenimiento, compromisos de permanencia, etcétera”, explica Serrano. Y es que, el consumidor de a pie, no es consciente de que la empresa comercializadora de los servicios es diferente a la distribuidora o de la que explota la producción. Por eso, muchas veces, no sabemos realmente quién es nuestro proveedor. Para Serrano, se trata de falta de transparencia en un mercado en el que este tipo de reclamaciones siguen aumentando.

¿Qué señales alertan del engaño? La mayoría de las personas descubren que han sido víctimas del *slamming* cuando



El *slamming* utiliza el engaño, la confusión y la presión comercial para hacerse con todos los datos que necesita



Las compañías eléctricas son las que acaparan un mayor número de reclamaciones

reciben la factura de una compañía diferente a la que habían tenido contratada hasta ese momento, o cuando leen conceptos en la factura que no tenían contratados. En ocasiones, pueden pasar meses hasta que el cliente se da cuenta. En el caso de los operadores de telefonía, la compañía original llama para hacer una contraoferta y es entonces cuando el cliente percibe que algo no está funcionando. A veces son los propios clientes los que llaman porque no están recibiendo un servicio determinado y así se enteran de que ya no son clientes.

¿Se puede evitar el engaño? Los expertos recomiendan tener especial cuidado al dar nuestros datos personales, especialmente, cuando nos registramos en servicios *online* y pedir siempre que borren nuestros datos de sus bases cuando una empresa o comercial desconocidos entre en contacto con nosotros.

Además, no debemos enseñar nunca nuestras facturas a terceros, y si alguien quiere hacernos una oferta comercial, hay que pedirla siempre por escrito para poder analizarla bien. Cuando nos llamen desde un teléfono oculto o, simplemente, quieran vendernos algo por teléfono, hay que extremar las precauciones.

¿Cómo puede defenderse? La mejor manera de defenderse de este tipo de prácticas es no contratar de forma inmediata lo que nos ofrecen; escuchar la oferta y pedir información por escrito para poder valorarla. Siempre hay que leer y entender la letra pequeña. También es recomendable comparar la oferta con las del resto del mercado. Una vez que conozca todos los detalles es cuando el consumidor debe decidir si acepta la oferta o no.

¿Existe un perfil de víctima? No, aunque sí es cierto que la mayoría de los casos se dan entre personas mayores y aquellas que no conocen bien nuestro idioma o el funcionamiento del mercado.

¿Cuál es el perfil de las empresas que realizan este tipo de prácticas? Normalmente son empresas subcontratadas, especializadas en la captación de clientes. “Se suele dar con mayor frecuencia en los comerciales que acuden al domicilio del consumidor, el conocido como puerta a puerta. Muchas veces estos comerciales se hacen pasar por representantes de otras empresas y piden datos al consumidor sobre su suministro y, de forma fraudulenta, modifican las condiciones del contrato”, explica Illeana Izverniceanu, de la OCU. En otras ocasiones son los equipos comerciales de las propias compañías quienes realizan este tipo de prácticas agresivas a través del teléfono.

¿Se puede anular el acuerdo? Legalmente existe un plazo de siete días para revocar un contrato comercial. Pero lo habitual es que las víctimas firmen algún documento que resulta finalmente ser un contrato y pasa mucho más tiempo hasta que descubren el fraude. Se han dado casos en los que el cliente ni siquiera ha plasmado su rúbrica en papel alguno y aún así le han cambiado de compañía.

¿Dónde hay que acudir? Depende del caso. “Si, por ejemplo, se ha falsificado nuestra firma en un contrato debemos acudir directamente a la policía y presentar una denuncia”, señala Izverniceanu. En cuestiones de electricidad el consumidor puede acudir a la CNMC, ya que este organismo tiene competencias sancionadoras. En el caso de que haya habido algún tipo de publicidad engañosa o mala práctica, el usuario tiene varias opciones. “Desde reclamar en los servicios de atención al cliente de la compañía, acudir a los servicios de consumo de la comunidad autónoma, solicitar el arbitraje de consumo en empresas adheridas, o acudir a la oficina del usuario de las telecomunicaciones si se trata de una operadora de telecomunicaciones”, dice Izverniceanu. ●



RICARDO NOGALES,
Abogado. Confederación
de Consumidores y Usuarios (CECU)

✉ www.cec.eu.es
 📧 @CECUconsumo
 ✉ cec.eu.es

El indeseado e ignorado cambio de compañía suministradora

TRAS UN INOPINADO timbrazo, un joven trajeado espera impaciente a que su morador, no necesariamente septuagenario, abra la puerta.

—Buenos días señor, enseñeme por favor la factura de su suministro que tenemos que actualizar los datos, y ya de paso le mejoramos la tarifa que paga.

—Ya, es que mis hijos me tienen dicho que no me fíe mucho en este tipo de visitas.

—Mire que le pueden cortar el suministro...

Y con este indeseado y muchas veces ignorado cambio de compañía suministradora, termina una historia en la que su desorientado protagonista sufre unas prácticas comerciales que nuestros organismos supervisores ya han tachado de desleales; pero es que si en el ejemplo propuesto se recurre al engaño y a amenazas incumplibles para esquivar las más elementales normas de competencia leal y transparencia informativa frente al consumidor, otros casos más bochornosos optan por el cambio de suministrador sin ni siquiera contar con la voluntad del cliente.

No, no nos inventamos nada, simplemente se interpretan los datos que refleja el Informe de Supervisión de las Ofertas del mercado minorista de gas y electricidad recogidas en el comparador de ofertas de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), informe de fecha 15 de enero de 2015, donde señala que “en muchos casos, la contratación de las ofertas de suministro de gas y electricidad se realiza sin que el consumidor comprenda todos los términos y condiciones de la oferta. Así en ocasiones, contrata un servicio que no se adecúa a sus necesidades o, en algunos casos, más caro del que ya tiene contratado”. ¿Sucede, pues, que los consumidores españoles firman sin saber lo que contratan? ¿O más bien que existe una más o menos generalizada picaresca en las prácticas de contratación del sector que nos ocupa? La respuesta nos la da la propia CNMC en el mismo informe referido: “Este fenómeno puede ser más frecuente en el caso de ventas domiciliarias, por lo que la Comisión considera que este tipo de contratación debería evitarse por parte de las suministradoras como medida de protección del consumidor.”

Y adviértase que planteamos la cuestión desde un punto de vista de transparencia contractual, porque en otro orden de cosas podemos cuestionarnos el propio sistema de liberalización del sector energético: pri-

mero, porque la luz ha subido un 10 % de 2011 a 2015, cuando el IPC para el mismo periodo ha sido de poco más de la mitad (un 5,3 %, para ser exactos); y segundo, porque si cambiar de comercializadora supone estar un año con la misma tarifa energética, resulta que tendríamos un consumidor tan informado que sería capaz de apostar a que la tarifa futura evolucionará al alza. Traslademos el ejemplo a otro sector energético: ¿algún lector, presumiendo una normal ajenidad a los mercados mayoristas, pactaría con la gasolinera de su barrio un precio fijo por la gasolina que echará a su vehículo durante los 365 días siguientes? La conclusión no puede ser otra: o se firma “al tuntún” (cuando se firma), o nuestros consumidores son expertos conocedores de las tarifas del mercado energético. Pero no solo eso. Según el *blog* de la CNMC, para el suministro de gas la diferencia entre la oferta más cara y la más barata oscila entre los 39 y 60 euros al año; mucha maleta para tan parco viaje.

Así pues y ante la ausencia de argumentos económicos, mejor cambiar al consumidor de compañía sin que se entere; y si algún día se da cuenta de que la factura la emite una compañía distinta (curiosamente no se dará cuenta por advertir una rebaja en el precio) se le plantearán tantas trabas burocráticas que le será más cómodo desistir de cualquier intento de deshacer lo que no hizo. Claro que la ley se ha anticipado a tanta picaresca: el recientemente aprobado art. 66 de la ley de protección del consumidor (Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre) permite al usuario en estos casos no pagar por el servicio no contratado, solución que se nos ocurre muy adecuada pero no cuando se trata de servicios imprescindibles, cuyo impago implicará inevitablemente el corte de suministro.

Y como la vía judicial tampoco parece la más idónea para solventar este tipo de reclamaciones, tenemos pues un panorama de todo punto desalentador habida cuenta de la pereza administrativa para sancionar con la suficiente contundencia tan inadmisibles prácticas; son excepción, debe reconocerse, los procedimientos seguidos por estos hechos por la Agencia Española de Protección de Datos. Y es que tal inactividad de los organismos públicos de supervisión y protección de los consumidores la hemos visto demasiadas veces en demasiados sectores: bienes tangibles (sellos, árboles, etc.), sector financiero, quiebras inmobiliarias con pérdida de cantidades a cuenta, e incluso en el sector automovilístico: este último, caso de las emisiones de Volkswagen, permítasenos, es el que más desconcierto nos causa, cuando se anuncia la apertura por parte de la Comisión Europea de un expediente a

España por “no haber establecido sistemas de sanciones [...] o por no aplicar dichas sanciones cuando tales infracciones ocurren” (comunicado de prensa de la Comisión Europea, 8 de diciembre de 2016), siendo que al final los españoles paguen la multa que iría dirigida al empresario infractor. Casi mejor que nuestro protagonista se quedara disfrutando de su hogar, reflexionando sobre la noticia, y se ahorrara el infructuoso paseo hasta la puerta.

«Otros casos más bochornosos optan por el cambio de suministrador sin ni siquiera contar con la voluntad del cliente»

“Consumidores y productos financieros de riesgo”

