



La CNMC alerta sobre las prácticas de los agentes de venta a domicilio de las empresas energéticas

En el "Informe de supervisión de los servicios de atención al cliente de las empresas comercializadoras de gas y de electricidad", se desprende mala praxis de estas compañías en la información y contratación de sus servicios.

Llueve sobre mojado en relación con las **prácticas de las comercializadoras eléctricas**. La **CNMC Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia**, ha vuelto a solicitar que se obligue a los **comerciales de venta a domicilio "puerta a puerta"** de estas empresas a que se identifiquen claramente con el nombre completo de la compañía a la que representan e "informen al consumidor de que se trata **"ofertas en el mercado libre"**". Estas modificaciones normativas, que corresponden al Gobierno, se podrían efectuar, señala el organismo, con motivo de la actualización de los Reales Decretos de suministro de electricidad y de gas natural.

A través de la figura de un mystery shopper, Competencia ha detectado que la información que facilitan algunos comercializadoras de energía respecto al suministro a PVPC en electricidad y la TUR en gas es mejorable y, en algunos casos, "utilizan expresiones negativas para **disuadir a los consumidores de contratar tarifas reguladas** y les animan a contratar ofertas en el mercado libre".

Este aspecto se refleja en el reciente "Informe de supervisión de los servicios de atención al cliente de las empresas comercializadoras de gas y de electricidad" (INF/DE/024/16), de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, que continúa la labor realizada en el año 2015, donde se detectaron **deficiencias en los servicios de atención al consumidor**.

Evitar engaños en la contratación del suministro

Competencia reitera también sus propuestas para **mejorar la normativa que afecta a la contratación del suministro eléctrico**, de forma que obligue a las empresas distribuidoras a

establecer procedimientos de control de calidad para evitar que existan engaños en la contratación.

Se ha venido también comprobando que **existe confusión en la información** y en la presentación de marca e imagen de marca de las comercializadoras de referencia y de las distribuidoras de electricidad y gas natural pertenecientes al mismo grupo empresarial que la filial que comercializa. Por ello, se hace necesario que la CNMC realice las actuaciones regulatorias pertinentes para evitar esta confusión.

Esto se debe a que las comercializadoras de referencia y las comercializadoras en el mercado libre del mismo grupo empresarial suelen compartir canales de atención al cliente, mayoritariamente los canales presenciales y el de correo electrónico, "lo que **puede generar confusión al consumidor** si la identificación del logo y la marca de estas comercializadoras no es clara e inequívoca", señalan desde el organismo público.

Deficiente atención al cliente

Además, la CNMC ha insistido en que los servicios de atención al cliente (telefónica, presencial y por Internet) deben ser accesibles a todos los usuarios, especialmente a aquellos con dificultades especiales y, elemento importante, "que no se emplee el servicio de atención al cliente para la comunicar promociones u ofertas comerciales".

Asimismo, considera que la comercializadora debe informar al consumidor sobre todas las características del servicio o producto que se le oferta (precios aplicables a la potencia contratada, energía consumida, facturación o el importe estimado para cada uno de los dos años siguientes). Y recomienda **asesorar al cliente sobre la potencia más adecuada**, ahorros asociados a modificaciones en las pautas de consumo, y sobre las obligaciones de mantenimiento de las instalaciones.

En suma, la CNMC concluye que en el sector energético los clientes tienen poca información y conocimientos cuando contratan y gestionan estos servicios.