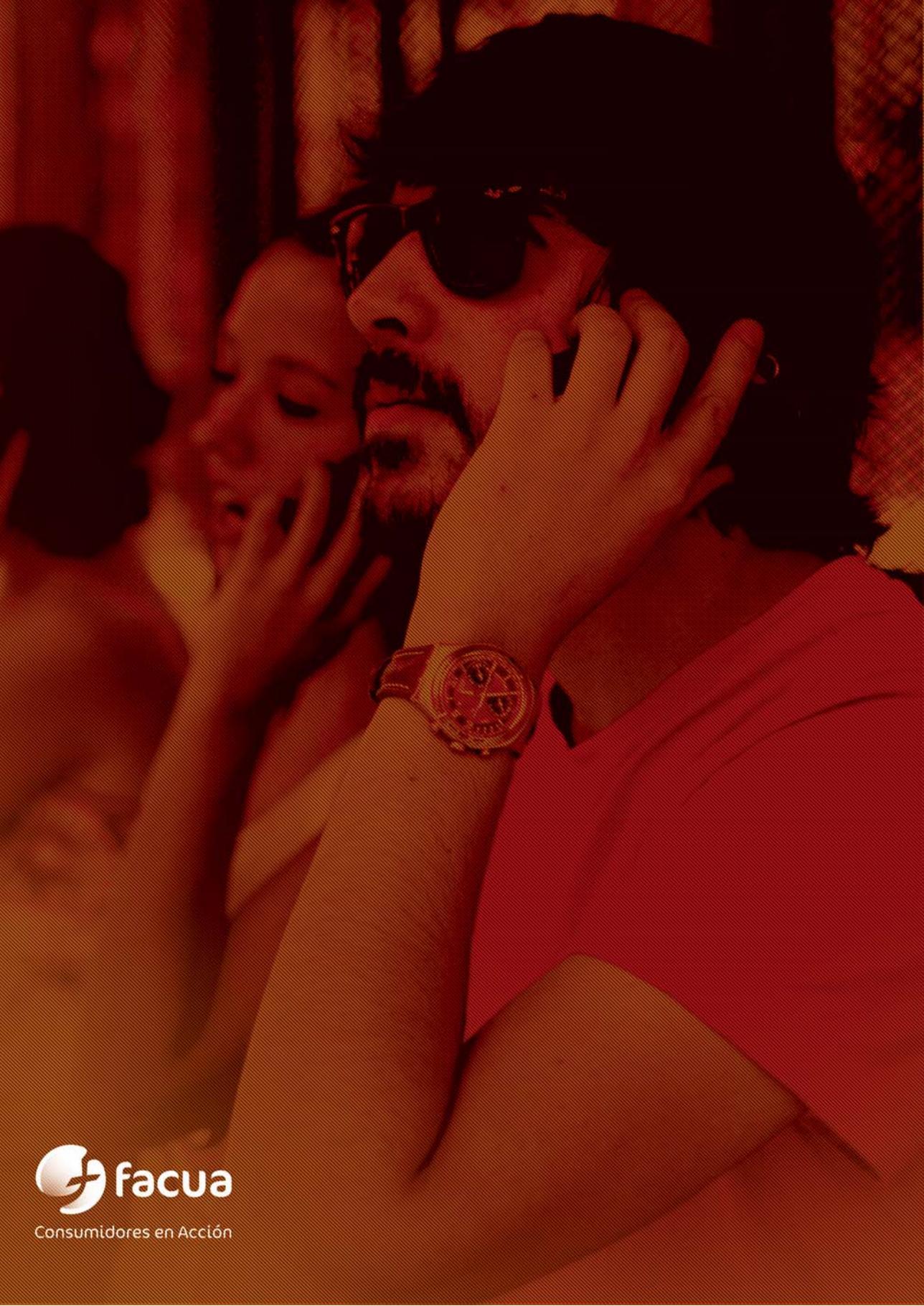




Consumidores en Acción

# Tus derechos en la telefonía móvil



# Tus derechos en telefonía móvil

## El sector de las telecomunicaciones móviles

Las reclamaciones de los usuarios por abusos y fraudes en el sector de las telecomunicaciones batieron todos los records en FACUA durante 2011, representando el 37,4% del total. Las irregularidades en los servicios móviles llevan varios años generando más casos que las relacionadas por la telefonía fija, situándose como las grandes protagonistas de las denuncias de los consumidores.

Son muchas las causas que motivan las reclamaciones, pero entre las principales se encuentran las denuncias por envío de facturas después de que los usuarios hubieran solicitado la baja, las amenazas con penalizaciones abusivas por anular contratos antes de finalizar los compromisos de permanencia, los incumplimientos

de ofertas comerciales, el cobro de llamadas o mensajes no realizados, o el alta en servicios no solicitados.

También son numerosos los conflictos ligados a la portabilidad, es decir, cuando el usuario cambia de compañía conservando su número de teléfono. En este sentido, una de las cuestiones que más preocupan es el plazo en el que se producen dichas portabilidades. En ocasiones, debido a la lentitud de los operadores, resulta un proceso demasiado largo y pierden al cliente en la tramitación de los datos.

Sobre este aspecto, cabe resaltar que el plazo de las portabilidades ha sido reducido en 2012 a un máximo de dos días desde que el usuario solicita la portabilidad





hasta que ésta concluye. Sin embargo, y a pesar de que hay compañías que incumplen este plazo (como también lo hacían con el anteriormente vigente), la normativa no ha establecido todavía un procedimiento claro y conciso para calcular la indemnización que correspondería a los usuarios en función del tiempo que se retrase dicha portabilidad en llevarse a cabo, así como a qué empresa correspondería la responsabilidad en cada caso.

4



Otro gran problema que padecen los consumidores es la existencia de portabilidades fallidas. Durante un determinado periodo, el cliente no tiene operativa su línea o ésta funciona supuestamente de forma correcta pero no puede recibir llamadas de determinadas compañías.

Al realizarse una portabilidad, los datos del teléfono son modificados en un nodo central que las compañías de fijo y móvil tienen que revisar para enrutar correctamente las llamadas, identificando que el número pertenece a un nuevo operador.

Si una compañía no actualiza la información, cuando sus clientes intenten comuni-

**En la portabilidad fallida, la línea supuestamente funciona de forma correcta, pero no puede recibir llamadas de determinadas compañías**

carse con ese teléfono oirán una locución indicando que el número no existe. Estas irregularidades las están poniendo de manifiesto a FACUA tanto usuarios afectados como pequeñas compañías de móviles que cuando reciben nuevos clientes se encuentran con estos problemas, pero que es responsabilidad de las empresas que no actualizan los datos. Buena parte de los afectados desconoce durante meses que está sufriendo este problema, ya que para reparar en él, algún cliente de la compañía que no ha actualizado sus datos tiene que comunicarle la incidencia.

Por último, no se pueden dejar de mencionar las prácticas abusivas y fraudulentas desarrolladas por las compañías. Y es que cada año, junto a muchas ofertas engaño-

sas, surgen nuevas modalidades de fraudes por parte de los operadores de telecomunicaciones.

Esto hace necesario que los usuarios estén permanentemente alerta sobre prácticas a las que deben responder solicitando la baja en servicios no solicitados o adoptando mecanismos de prevención para evitar la facturación de determinados productos o servicios. Entre ellos se encuentran los mensajes de tarificación adicional o SMS Premium.

Esta guía aporta a los consumidores instrumentos para conocer sus derechos y la realidad del mercado de las telecomunicaciones móviles, estar alerta ante los abusos y fraudes que pueden sufrir, así como saber cómo actuar si sus compañías incurrir en irregularidades.

## INCUMPLIMIENTO DE OFERTAS COMERCIALES

En muchas ocasiones, los consumidores tienen problemas con las ofertas que lanzan las compañías de telecomunicaciones. En este sentido, uno de los problemas

principales a los que se enfrentan es el incumplimiento por parte de las empresas de las condiciones promocionales que ofertaron previamente al usuario.

Debido a ello, es fundamental conservar toda la documentación relativa a la publicidad ofrecida. En el caso de que la oferta se hubiera hecho telefónicamente, se debe exigir antes de contratarla que la empresa envíe las condiciones por escrito o bien que se facilite un enlace de la página web en la que se encuentre publicada. Así, si después las facturas no se corresponden con las condiciones anunciadas, se podrá reclamar en base a la publicidad que conservamos.

Por otra parte, no podemos dejar pasar por alto que, según se establece en el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, estipula que *"el contenido de la oferta, promoción o publicidad, las prestaciones propias de cada bien o servicios, las condiciones jurídicas o económicas y garantía ofrecidas*





**En las campañas publicitarias de telefonía móvil es habitual que las empresas omitan o releguen a una diminuta tipografía elementos de la publicidad que son esenciales del mismo**

6



*serán exigibles por los consumidores y usuarios, aun cuando no figuren expresamente en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido y deberán tenerse en cuenta en la determinación del principio de conformidad con el contrato”.*

Ello quiere decir que la publicidad emitida por parte de las empresas tiene plena fuerza contractual, es decir, que tiene que ser cumplida de forma obligatoria por las empresas incluso aunque dichas condiciones no hayan sido posteriormente incorporadas al contrato.

Por último, recordar que incluso en los

casos en los que existiera un compromiso de permanencia, si efectivamente se hubiera producido un incumplimiento manifiesto por parte de la empresa de las condiciones contratadas, los operadores no pueden penalizar a los usuarios que deciden darse de baja por este motivo.

En este caso no nos encontraríamos ante un supuesto de baja voluntaria por parte del consumidor, sino de una petición de resolución del contrato recogida en el propio Código Civil basada en el incumplimiento de la empresa de las condiciones promocionales. Y ello sin olvidar las posibles acciones que se puedan llevar a cabo en base al posible supuesto de publicidad engañosa en que haya podido incurrir.

Por otra parte, también son comunes los problemas derivados de las agresivas campañas publicitarias que las compañías de telefonía móvil lanzan al mercado con el objetivo de captar usuarios.

En dichas campañas publicitarias es habitual que las empresas omitan o releguen a una diminuta tipografía elementos de la publicidad que son esenciales del mismo,



ya que forman parte de las condiciones tarifarias.

En muchos casos dichas campañas pueden ser consideradas como engañosas, ya que por su contenido y sobre todo por la información sesgada que presentan, causan o pueden causar confusión entre los consumidores a las que van dirigidas. Incluso, los consumidores no hubieran llegado a contratar el producto si realmente hubieran conocido la totalidad de las condiciones reales que se esconden detrás de la publicidad y que no son mencionadas en la misma.

## ALTAS EN CONTRATOS O EN SERVICIOS NO SOLICITADOS

En muchas ocasiones, los usuarios son dados de alta en un contrato o en un servicio asociado, sin que los mismos hayan dado su consentimiento previamente.

En este caso y al ser la empresa la que habría facturado erróneamente unos servicios no contratados, la misma estaría obligada a presentar, o bien un contrato firma-

do por el usuario, o bien una grabación de voz en la que se acredite que el consumidor otorga su consentimiento verbal a la contratación de un determinado servicio, cuyas condiciones económicas tienen que venir perfectamente explicadas. Todo ello, para dar cumplimiento a lo establecido en el artículo 1.254 de nuestro código civil, según el cual *“el contrato existe desde que una o varias personas consienten en obligarse, respecto de otra u otras, a dar alguna cosa o prestar algún servicio”*.

Ya más específicamente, el artículo 7º de la Orden ITC/1030/2007, de 12 de abril, por la que se regula el procedimiento de resolución de las reclamaciones por controversias entre usuarios finales y operadores de servicios de comunicaciones electrónicas y la atención al cliente por los operadores, establece con claridad que *“a los efectos probatorios de la celebración de un contrato, será el operador el que deba acreditar que la contratación de un determinado servicio se ha producido”*.

Pero además, este tema no es ya sólo un problema de facturación indebida, sino que a ello habría que añadir que en muchos





casos las empresas están tratando datos de carácter personal (tales como el nombre y apellidos, DNI, dirección de su domicilio, números de cuentas bancarias...), lo que supone un incumplimiento de lo establecido en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, establece que *“el tratamiento de los datos de carácter personal requerirá el consentimiento inequívoco del afectado, salvo que la Ley disponga otra cosa”*.

En estos casos, no sólo bastaría con reclamar a la empresa la anulación del contrato o de los servicios que han sido dados de alta indebidamente, sino que también correspondería interponer la correspondiente denuncia administrativa ante la Agencia Española de Protección de Datos.

## BAJAS NO TRAMITADAS

Otro de los problemas frecuentes a los que suelen enfrentarse los consumidores son las bajas no tramitadas o no llevadas a efecto por parte de las empresas.

Aunque por la seguridad del usuario siem-

**Una vez solicitada la baja por parte del usuario, el operador no podrá cobrar ninguna cantidad, con posterioridad al plazo de dos días en que debió surtir efecto la baja**

pre es recomendable que las bajas se realicen por escrito y por algún medio que permita tener constancia de la recepción de la misma por parte del operador (correo certificado con acude de recibo, reporte de fax...), no podemos olvidar que el artículo 11.3.3º de la Orden ITC/1030/2007, de 12 de abril, por la que se regula el procedimiento de resolución de las reclamaciones por controversias entre usuarios finales y operadores de servicio de comunicaciones electrónicas y la atención al cliente por los operadores, establece el derecho del usuario *“a poner fin al contrato a través de la misma forma en que se celebra”*.

Esto quiere decir que si un usuario ha utili-



**El compromiso de permanencia tiene que responder siempre a algún motivo justificado (por ejemplo, regalo de un terminal), ya que lo contrario supondría un enriquecimiento injusto**

10



zado la vía telefónica para contratar el servicio (a día de hoy la inmensa mayoría de las contrataciones se realizan de forma telefónica), también puede utilizar dicha vía telefónica para solicitar la baja de dicho servicio.

En este caso, el problema al que se puede enfrentar el usuario es la forma de probar dicha baja. Por ello es fundamental conocer que el artículo 26. 2 del Real Decreto 899/2009, de 22 de mayo, por el que se aprueba la carta de derechos del usuario de los servicios de comunicaciones electrónicas establece que *“el operador estará obligado a comunicar al abonado el número de referencia de las reclamaciones, quejas,*

*peticiones o gestiones”*, así como a informar al consumidor de su derecho a solicitar un documento que acredite la presentación y contenido de la reclamación, incidencia o gestión mediante cualquier soporte que permita tal acreditación.

Una vez solicitada la baja por parte del usuario, el operador no podrá cobrar ninguna cantidad, con posterioridad al plazo de dos días en que debió surtir efecto la baja.

## **PENALIZACIONES ABUSIVAS**

Los consumidores disponen del derecho a cambiar de empresa prestadora del servicio de telefonía móvil en el momento en que lo deseen, teniendo también derecho a conservar el número de teléfono que tengan asignado.

Sin embargo, existen supuestos en que las empresas incorporan en el contrato un compromiso de permanencia, que incluye una penalización económica en el caso de que el usuario lo incumpla.

Dicho compromiso de permanencia tiene

**Si la baja no es voluntaria, sino que tiene como motivo la falta de cobertura o un cambio en las condiciones contractuales, no cabría aplicar penalización por romper un contrato de permanencia**

que responder siempre a algún motivo justificado (por ejemplo, regalo de un terminal), ya que lo contrario supondría un enriquecimiento injusto por parte de las mismas.

Además, en dichos compromisos de permanencia tiene que indicarse con toda claridad tanto la duración del compromiso de permanencia como el importe de la penalización que aplicará en caso de incumplimiento.

Asimismo y en caso de que el usuario solicite una baja anticipada con anterioridad al vencimiento de dicho compromiso de permanencia, la aplicación de la penalización

se hará de forma proporcional al tiempo transcurrido, debiendo reducirse por cada mes en que se haya permanecido dado de alta en la misma, toda vez que durante dicho periodo la empresa ya habría recuperado parte de la supuesta "inversión" inicial realizada, que justificaba la aplicación de la citada penalización.

Cuestión diferente es que el motivo de la baja no fuera voluntaria, sino que respondiera a otros motivos, tales como un previo incumplimiento de la empresa en el cumplimiento de sus obligaciones (por ejemplo, falta de cobertura) o a un cambio de las condiciones contractuales (por ejemplo, una subida de tarifas).

En estos casos, no cabría aplicar penalización alguna, ya que, en el primer caso (previo incumplimiento de la empresa) nos encontraríamos ante un supuesto de resolución contractual por incumplimiento del contrato de unas partes en el primer caso (artículo 1.124 Código Civil).

Por otra parte, en el segundo caso (cambio de condiciones contractuales), nos encontraríamos ante uno de los motivos que jus-





tifican la petición la baja del contrato sin penalización alguna en el segundo (artículo 9, en conexión con el artículo 8 del Real Decreto 899/2009, de 22 de mayo).

## PLAZO DE LAS PORTABILIDADES

Desde el 1 de junio de 2012, las portabilidades en telefonía móvil tienen que hacerse efectivas en dos días. Sin embargo, a día de hoy no existen todavía fijadas compensaciones económicas a favor de los usuarios por cada día de retraso, por lo que sería necesario fijar un marco específico de indemnizaciones económicas cuando se produzcan retrasos en las portabilidades o éstas tengan errores aunque se completen.

No obstante, puede entenderse que, por analogía, pueden aplicarse las indemnizaciones por interrupciones en el servicio establecidas en la Carta de derechos del usuario de los servicios de comunicaciones electrónicas (Real Decreto 899/2009, de 22 de mayo) si bien las portabilidades tienen una casuística que requiere una regulación específica, por lo que debería esta-

blecerse una cantidad fija con la que el usuario sea indemnizado por cada día de retraso en su portabilidad.

Máxime si tenemos en cuenta que las compañías sí están obligadas a abonar indemnizaciones a los operadores afectados cuando se producen incidencias en las portabilidades.

## PORTABILIDADES FALLIDAS

Otro de los problemas que surgen en ocasiones cuando se realiza una portabilidad de una línea móvil son los fallos que provocan que los usuarios no puedan recibir llamadas de clientes de determinadas compañías, ya que sus números se convierten en invisibles para ellas.

Este problema se origina al realizar la portabilidad, ya que la empresa tiene que modificar los datos del teléfono en un nodo central y el resto de compañías de fijo y móvil tienen que revisarlo para enrutar correctamente las llamadas identificando que el número pertenece a un nuevo operador. Por ello, si una compañía no actualiza la información, cuando sus clientes intenten comunicarse con ese teléfono oírán





una locución indicando que el número no existe.

Sin embargo, buena parte de los afectados desconoce durante meses que está sufriendo este problema, ya que para reparar en él, algún cliente de la compañía que no haya actualizado sus datos tiene que indicarle la incidencia.

Independientemente de que el porcentaje de afectados es una incógnita porque no se ha realizado aún un estudio al respecto, lo cierto es que cuando un consumidor realiza una portabilidad, sólo puede saber si se ha efectuado correctamente comprobando si los clientes del resto de operadoras pueden contactar con él.

Para colmo, cuando se producen reclamaciones por esta causa, es frecuente que los servicios de atención al cliente de determinadas operadoras no sean capaces de entender el origen del problema e incluso en ocasiones hagan creer a los afectados que está causado por fallos puntuales de cobertura.

Además, también se están produciendo conflictos entre las propias operadoras, de manera que cuando la receptora de un cliente plantea una reclamación a una compañía que no ha actualizado sus datos, ésta en ciertos casos no

**Un afectados por una portabilidad fallida puede no conocer siquiera que sufre este problema, ya que para reparar en él algún cliente de la compañía que no ha actualizado sus datos tiene que indicarle la incidencia**

actúa de forma rápida y eficaz, alargando la situación.

Por ello es necesario poner en marcha mecanismos de control y sanción, además de establecer un marco de indemnizaciones para los afectados.

## **SMS PREMIUM O DE TARIFICACIÓN ADICIONAL**

Los mensajes de tarificación adicional son SMS que suponen el pago de una cantidad adicional por parte del usuario para retribuir un supuesto servicio que presta una empresa, que puede ser, por ejemplo, de entretenimiento, información o descarga de melodías.





Dentro de este tipo de mensajes, los que presentan una mayor problemática son los llamados "servicios de suscripción", que implican el envío de mensajes cuando se produzcan determinados sucesos (eventos relacionados con el mundo cultural, acontecimientos deportivos...) o bien de forma periódica (mensajes sobre noticias de actualidad). Además, es necesario tener en cuenta que el cobro de dichos mensajes se produce por el mero hecho de recibirlos, sin necesidad de llegar ni siquiera a abrirlos, aspecto que es desconocido por muchos usuarios.

Al ser mensajes de texto que tienen un precio superior a los convencionales, están definidos y regulados por una normativa específica, que trata de dotar a los usuarios de unas mayores garantías a la hora de contratar estos servicios, así como a la hora de solucionar los problemas relacionados con este tipo de servicios.

Así, por ejemplo, los usuarios pueden solicitar el derecho de desconexión, es decir, que pueden solicitar la baja de los mismos para no recibir más SMS de este tipo. También pueden realizar un pago fraccionado, es decir, el usuario puede

abonar la parte de la factura descontando el importe correspondiente a los mensajes de tarificación adicional sin que la empresa pueda suspender el servicio.

Por otra parte, la normativa establece una serie de información mínima previa a los usuarios sobre aspectos como, por ejemplo, el coste de dichos servicios o la necesidad de que el consumidor envíe un SMS de confirmación.

Asimismo, cabe destacar que este tipo de servicio tiene su propio Código de Conducta, que se encarga de regular aspectos relacionados con la información relativa al precio de los servicios, el contenido de la publicidad, el servicio de atención al cliente o los criterios específicos para la prestación de servicios de mensajes de tarificación adicional, con especial énfasis si van dirigidos a la infancia y a la juventud, o si tienen un coste especialmente elevado.

A modo de ejemplo, el Código de Conducta establece la obligación de que la empresa avise al usuario si una factura es desproporcionada respecto al consumo medio que hasta ese momento había venido teniendo el usuario.



Consumidores en Acción

Oficinas centrales  
Bécquer, 28 - 41002 Sevilla  
Teléfono del consumidor  
954 90 90 90

consumidoresenaccion@facua.org  
**www.facua.org**

Publicación subvencionada por



Este proyecto ha sido subvencionado por el Ministerio de Sanidad, servicios sociales e igualdad/Instituto Nacional del Consumo, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de FACUA