



Jazztel, ONO, Orange, Telefónica, Vodafone y Yoigo avanzan en su compromiso de reforzar las buenas prácticas comerciales de Televenta

## LOS OPERADORES DE TELECOMUNICACIONES REFUERZAN EL CONTROL DE CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO DE TELEVENTA

- Las compañías refuerzan su compromiso y **amplían el I Código Deontológico**, firmado en 2010, que ahora aplicará más control, así como un compromiso en la reducción de los horarios de llamada

**Madrid, 25 de junio de 2013.-** Las principales operadoras de telecomunicaciones, en concreto Jazztel, ONO, Orange, Telefónica, Vodafone y Yoigo, han anunciado hoy la ampliación del Código Deontológico que autorregula sus operaciones de Televenta. En esta nueva versión, aumentan las iniciativas para mejorar las buenas prácticas en las llamadas comerciales que realizan y se refuerza el compromiso con los usuarios para asegurar estas buenas prácticas.

Este nuevo acuerdo refleja el interés de las operadoras por mejorar los parámetros y procedimientos de control establecidos en el primer Código Deontológico -firmado en 2010- para ofrecer un conjunto de garantías al usuario especialmente en la forma, reiteración y control de las llamadas que reciben los consumidores.

La revisión del Código Deontológico es también una manifestación del compromiso de las operadoras en seguir trabajando en esta materia, que a partir de ahora aplicará más control, así como un compromiso en la reducción de los horarios de llamada.

Las cláusulas del Código Deontológico que se han revisado y que los operadores se comprometen a cumplir son las siguientes:

- **Reducción de franjas horarias:** Se reducen las franjas de ejecución de llamadas a horarios no intrusivos. De lunes a viernes las llamadas pasarán a realizarse de 10 a 20.30 horas. De esta manera, se acorta el horario de llamada establecido anteriormente que permitía realizar llamadas hasta las 22 horas. Los sábados se realizarán de 10 a 14 horas, retrasando la hora de inicio frente al horario del anterior Código que contemplaba poder realizar llamadas desde las 9 horas. En ningún caso se ejecutarán en domingos y festivos.



- **Mecanismos de control:** Las compañías han creado un mecanismo de control externo mediante un panel con encuestas periódicas a los usuarios en base a unas características, un cuestionario y unos objetivos definidos por las operadoras. Además, se creará una Comisión con un representante de cada operadora que de forma previa a cada reunión evalúe y realice un informe con los resultados obtenidos en las encuestas de panel, con objeto de verificar el cumplimiento de este Código. El incumplimiento de este acuerdo de manera reiterada por alguno de los operadores podrá ocasionar la expulsión del mismo si así lo deciden el resto de miembros.
- **Respeto al usuario:** Cuando un consumidor conteste la llamada y manifieste no tener interés por la propuesta, el operador no volverá a llamar al cliente hasta después de tres meses a partir de esa llamada, con independencia del número desde el que realizó la misma y del producto y/o servicio ofrecido.
- **No se utilizarán métodos desleales con la competencia:** Cada operador establecerá y aplicará mecanismos para asegurar que no se utilizarán medios engañosos, fraudulentos ni, en general, desleales con la competencia para obtener del consumidor datos y/o contestaciones que pudieran interpretarse como una aceptación al cambio de operadora, ni para obtener del consumidor cualquier otro comportamiento económico. Asimismo, el operador se abstendrá de utilizar manifestaciones falsas, engañosas, denigratorias o, en general, desleales con la competencia para referirse a los productos y servicios de otros operadores.
- **Límite de llamadas:** Quedan limitados a tres los intentos mensuales sobre líneas no contactadas. Se entenderá por "intento" la serie de llamadas efectuadas a un consumidor de forma consecutiva en un breve espacio de tiempo con el fin de establecer un contacto.
- **Información transparente:** Cada operadora informará de los números de contacto que esté utilizando, que figurarán en un registro común a disposición de todas las partes. Se identificará el número desde el que se genere el contacto con el consumidor, que deberá aparecer en la pantalla del terminal.