



**COMISIÓN NACIONAL DE LOS
MERCADOS Y LA COMPETENCIA**



**INFORME DE SUPERVISIÓN DE LAS
MEDIDAS ADOPTADAS POR LAS
DISTRIBUIDORAS Y COMERCIALIZADORAS
DE REFERENCIA O DE ÚLTIMO RECURSO
DE LOS GRUPOS VERTICALMENTE
INTEGRADOS DESTINADAS A NO CREAR
CONFUSIÓN A LOS CONSUMIDORES EN SU
INFORMACIÓN, PRESENTACIÓN E IMAGEN
DE MARCA**

**12 de noviembre de 2020
INF/DE/166/19**

ÍNDICE

1. OBJETO DEL INFORME	5
2. ANTECEDENTES	6
3. SUPERVISIÓN DE LAS MEDIDAS FORMALIZADAS EN RELACIÓN CON LA PRESENTACIÓN DE MARCA	10
3.1 DENOMINACIONES SOCIALES ADOPTADAS POR LAS DISTRIBUIDORAS ELÉCTRICAS.....	10
3.2 DENOMINACIONES SOCIALES ADOPTADAS POR COMERCIALIZADORAS DE REFERENCIA/ÚLTIMO RECURSO.....	12
3.2.1 Nuevas denominaciones sociales de las comercializadoras de referencia cuyas propuestas fueron valoradas por la CNMC sin salvedades en las respectivas Resoluciones de 23 de mayo de 2019: GRUPO IBERDROLA, GRUPO CHC, GRUPO EDP y GRUPO REPSOL.....	13
3.2.2 Nuevas denominaciones sociales adoptadas por las comercializadoras de referencia del GRUPO ENDESA para ajustarse a las exigencias señaladas en la Resolución de la CNMC de 23 de mayo de 2019.....	14
4. SUPERVISIÓN DE LAS MEDIDAS FORMALIZADAS EN RELACIÓN CON LA IMAGEN DE MARCA	16
4.1 IMÁGENES DE MARCA DE LAS DISTRIBUIDORAS ELÉCTRICAS .	16
4.2 IMÁGENES DE MARCA DE LAS COMERCIALIZADORAS DE REFERENCIA	19
5. MEDIDAS QUE SE HAN IMPLEMENTADO A LOS EFECTOS DE CUMPLIR CON LA OBLIGACIÓN DE NO CREAR CONFUSIÓN EN LA INFORMACIÓN QUE SE INTERCAMBIE CON EL CONSUMIDOR	23
5.1 MEDIDAS IMPLEMENTADAS POR LAS SOCIEDADES DEL GRUPO ENDESA.....	25
5.1.1 Medidas formalizadas por la distribuidora eléctrica EDISTRIBUCION REDES DIGITALES, S.L.U.	25
5.1.2 Medidas formalizadas por la comercializadora de referencia ENERGÍA CEUTA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A.	28
5.1.3 Medidas formalizadas por la comercializadora de referencia ENERGÍA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.L.	31
5.2 MEDIDAS IMPLEMENTADAS POR LAS SOCIEDADES DEL GRUPO EDP	34
5.2.1 Medidas formalizadas por la distribuidora eléctrica HIDROCANTÁBRICO DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U.	34
5.2.2 Medidas formalizadas por la comercializadora de referencia BASER COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A.....	36

5.3 MEDIDAS IMPLEMENTADAS POR LA COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA DEL GRUPO CHC.....	40
5.4 ANÁLISIS DE LAS MEDIDAS IMPLEMENTADAS POR LAS SOCIEDADES DEL GRUPO IBERDROLA	45
5.4.1 Medidas formalizadas por la distribuidora eléctrica i-DE REDES ELÉCTRICAS INTELIGENTES, S.A.U.....	45
5.4.2 Medidas formalizadas por la comercializadora de referencia/último recurso CURENERGÍA COMERCIALIZADOR DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U.	46
5.5 MEDIDAS IMPLEMENTADAS POR LA SOCIEDAD COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA DEL GRUPO REPSOL	52
5.6 MEDIDAS IMPLEMENTADAS POR LA COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA/ÚLTIMO RECURSO DEL GRUPO NATURGY.....	54
6. CONCLUSIONES.....	59

INFORME DE SUPERVISIÓN DE LAS MEDIDAS ADOPTADAS POR LAS DISTRIBUIDORAS Y COMERCIALIZADORAS DE REFERENCIA O DE ÚLTIMO RECURSO DE LOS GRUPOS VERTICALMENTE INTEGRADOS DESTINADAS A NO CREAR CONFUSIÓN A LOS CONSUMIDORES EN SU INFORMACIÓN, PRESENTACIÓN E IMAGEN DE MARCA

Expediente: INF/DE/166/19

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D^a. Pilar Sánchez Núñez

Secretario

D. Joaquim Hortalà i Vallvé

En Madrid, a 12 de noviembre de 2020

De conformidad con lo establecido en los artículos 5.1.a) y 7.3 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, relativos, respectivamente, a la función supervisora de los mercados de electricidad y gas natural y de la separación de actividades en los mismos, atribuidas a la CNMC, la Sala de Supervisión Regulatoria acuerda aprobar el siguiente *“Informe de supervisión de las medidas adoptadas por las distribuidoras y comercializadoras de referencia/último recurso de los grupos verticalmente integrados destinadas a no crear confusión a los consumidores en su información, presentación e imagen de marca”*.

1. OBJETO DEL INFORME

El objeto del presente informe es la supervisión de las medidas finalmente implementadas por las distribuidoras de electricidad y las comercializadoras de referencia/último recurso de electricidad y gas natural de los grupos verticalmente integrados para ajustarse a lo previsto en la *“Resolución del procedimiento para la adopción de una decisión jurídicamente vinculante relativa al cumplimiento efectivo de la obligación legal por las empresas distribuidoras y comercializadoras de referencia pertenecientes a grupos integrados, a no crear confusión a los consumidores en la información, presentación de marca e imagen de marca”*, de 6 de septiembre de 2018, atendiendo a las medidas que fueron comunicadas a la CNMC por los sujetos obligados y a la valoración de las mismas en las respectivas Resoluciones de la CNMC de fecha 23 de mayo de 2019 y 29 de octubre de 2019.

Este informe responde al ejercicio de las funciones atribuidas a la CNMC por los artículos 5.1.a) y 7.3 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, relativos, respectivamente, a la función supervisora de los mercados de electricidad y gas natural y de la separación de actividades.

A partir de la información requerida por la CNMC a las sociedades, así como de información pública disponible, se analiza:

- si las medidas finalmente adoptadas por las sociedades se corresponden o ajustan a las propuestas que fueron valoradas por la CNMC en sus respectivas Resoluciones de 23 de mayo de 2019 y 29 de octubre de 2019, en los términos que fueron expuestos, verificando posibles modificaciones en la formalización final respecto de aquellos;
- si las sociedades han atendido, en su caso, a los requerimientos y/o recomendaciones de actuación por parte de la CNMC que se incluyen en las anteriores Resoluciones y
- si las sociedades han formalizado medidas adicionales a las que fueron comunicadas a la CNMC y, en caso afirmativo, proceder a su valoración, a los efectos de determinar si se ajustan a los criterios señalados en la Resolución de 6 de septiembre de 2018 y en la correspondiente Resolución de 23 mayo o de 29 octubre de 2019.

Asimismo, se verifica, la implementación de las medidas en el plazo otorgado al efecto.

2. ANTECEDENTES

- I. Con fecha 6 de septiembre de 2018, la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC resolvió la aprobación de la *“Resolución del procedimiento para la adopción de una decisión jurídicamente vinculante relativa al cumplimiento efectivo de la obligación legal por las empresas distribuidoras y comercializadoras de referencia pertenecientes a grupos integrados, a no crear confusión a los consumidores en la información, presentación de marca e imagen de marca”*, a los efectos del cumplimiento efectivo de la obligación prevista en el artículo 12.3 de la Ley 24/2013, de 26 de diciembre, del Sector Eléctrico y en el artículo 63.6 de la Ley 34/1998, de 7 de octubre, del Sector de Hidrocarburos.

Dicha Resolución concede a los interesados en el procedimiento un plazo de seis meses desde su notificación a fin de cumplir con las medidas indicadas en la misma y señala que, dentro de los tres primeros meses del plazo anterior, los interesados podrán aportar a la CNMC, para su valoración, medidas para concretar su adaptación al contenido del acuerdo. Tras dicha valoración, las empresas habrán de adoptar las medidas en los tres meses siguientes a la contestación que efectúe la CNMC.

- II. Con fecha 23 de mayo de 2019, la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC aprueba las siguientes resoluciones, puestas a disposición para notificación telemática con fecha 24 de mayo de 2019 y debidamente recepcionadas todas ellas, valorando las medidas propuestas por las sociedades interesadas para ajustarse a lo exigido en la decisión jurídicamente vinculante:

- *Resolución sobre las medidas propuestas por las empresas del GRUPO ENDESA para adaptarse a lo dispuesto en la “Resolución del procedimiento para la adopción de una decisión jurídicamente vinculante relativa al cumplimiento efectivo de la obligación legal por las empresas distribuidoras y comercializadoras de referencia pertenecientes a grupos integrados, a no crear confusión a los consumidores en la información, presentación de marca e imagen de marca”, de 6 de septiembre de 2018.*
- *Resolución sobre las medidas propuestas por CHC COMERCIALIZADOR DE REFERENCIA, S.L.U. -GRUPO CHC- para adaptarse a lo dispuesto en la “Resolución del procedimiento para la adopción de una decisión jurídicamente vinculante relativa al cumplimiento efectivo de la obligación legal por las empresas distribuidoras y comercializadoras de referencia pertenecientes a grupos integrados, a no crear confusión a los consumidores en la información, presentación de marca e imagen de marca”, de 6 de septiembre de 2018.*
- *Resolución sobre las medidas propuestas por las sociedades del GRUPO EDP para adaptarse a lo dispuesto en la “Resolución del procedimiento para la adopción de una decisión jurídicamente vinculante relativa a*

- cumplimiento efectivo de la obligación legal por las empresas distribuidoras y comercializadoras de referencia pertenecientes a grupos integrados, a no crear confusión a los consumidores en la información, presentación de marca e imagen de marca”, de 6 de septiembre de 2018.*
- *Resolución sobre las medidas propuestas por las sociedades del GRUPO IBERDROLA para adaptarse a lo dispuesto en la “Resolución del procedimiento para la adopción de una decisión jurídicamente vinculante relativa al cumplimiento efectivo de la obligación legal por las empresas distribuidoras y comercializadoras de referencia pertenecientes a grupos integrados, a no crear confusión a los consumidores en la información, presentación de marca e imagen de marca”, de 6 de septiembre de 2018.*
 - *Resolución sobre las medidas propuestas por VIESGO COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.L.U. -GRUPO REPSOL- para adaptarse a lo dispuesto en la “Resolución del procedimiento para la adopción de una decisión jurídicamente vinculante relativa al cumplimiento efectivo de la obligación legal por las empresas distribuidoras y comercializadoras de referencia pertenecientes a grupos integrados, a no crear confusión a los consumidores en la información, presentación de marca e imagen de marca”, de 6 de septiembre de 2018.*
- III. Mediante escrito de fecha 19 de agosto de 2019, la sociedad ENERGÍA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.L. (antes ENDESA ENERGÍA XXI, S.L.) ha puesto en conocimiento de la CNMC la presentación de marca que ha adoptado, incorporando al escrito la nueva imagen de marca.
- IV. Con fecha 5 de septiembre de 2019, se ha dado entrada en el Registro telemático de la CNMC a un escrito de CURENERGÍA COMERCIALIZADOR DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U. (antes, IBERDROLA COMERCIALIZACIÓN DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U.), comunicando la modificación de su denominación social, incorporando la nueva imagen de marca adoptada, así como la nueva dirección web y direcciones de correo electrónico.
- V. Mediante escrito de fecha 5 de septiembre de 2019, la sociedad ENERGÍA CEUTA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A.U. (antes EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA, S.L.) pone en conocimiento de la CNMC la nueva presentación e imagen de marca, facilitando las nuevas direcciones de correo electrónico.
- VI. A instancias de la solicitud practicada por COMERCIALIZADORA REGULADA, GAS & POWER, S.A., junto con NATURGY IBERIA, con fecha 25 de abril de 2019, respecto de medidas relativas al nuevo modelo de tiendas y al acceso online a clientes, la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC ha resuelto con fecha 29 de octubre de 2019 la aprobación de la *“Resolución sobre las medidas propuestas por la sociedad COMERCIALIZADORA REGULADA, GAS & POWER, S.A. (GRUPO*

NATURGY) para adaptarse a lo dispuesto en la Decisión Jurídicamente Vinculante de 6 de septiembre de 2018". Esta Resolución fue puesta a disposición para notificación telemática con fecha 30 de octubre de 2019, siendo recibido el 4 de noviembre de 2019.

- VII. Una vez finalizado el plazo otorgado para la implementación de medidas destinadas a cumplir con lo previsto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018, la CNMC ha requerido a cada sociedad interesada la remisión, en el plazo de 20 días hábiles, de información exhaustiva sobre las medidas concretas que finalmente ha formalizado, atendiendo a lo señalado en la decisión jurídicamente vinculante y en las respectivas Resoluciones de valoración de medidas, así como sobre posibles modificaciones respecto de las medidas valoradas por la CNMC, cualesquiera otras medidas que se hubieran adoptado e información, en su caso, sobre medidas de carácter transitorio.

Así, con fecha 26 de noviembre de 2019, la CNMC pone a disposición telemática las solicitudes de información dirigidas a las sociedades COMERCIALIZADOR DE REFERENCIA ENERGÉTICO, S.L.U. (GRUPO CHC), BASER COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A. (GRUPO EDP), CURENERGÍA COMERCIALIZADOR DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U (GRUPO IBERDROLA) e i-DE REDES ELÉCTRICAS INTELIGENTES, S.A.U (GRUPO IBERDROLA).

Con fecha 27 de noviembre de 2019 se ponen a disposición telemática escritos dirigidos a las sociedades: HIDROCANTÁBRICO DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U. (GRUPO EDP), RÉGSITI COMERCIALIZADORA REGULADA, S.L.U. (GRUPO REPSOL), EDISTRIBUCIÓN REDES DIGITALES, S.L.U. (GRUPO ENDESA), ENERGÍA CEUTA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A.U. (GRUPO ENDESA) y ENERGÍA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.L. (GRUPO ENDESA).

Todas las notificaciones realizadas a las empresas resultaron efectivas.

- VIII. Con fecha 28 de noviembre de 2019, se da entrada en el registro telemático de la CNMC a un escrito de la sociedad RÉGSITI COMERCIALIZADORA REGULADA, S.L.U. solicitando ampliación de plazo, concedido por la CNMC con fecha 10 de diciembre de 2019.
- IX. Con fecha 1 de diciembre de 2019, se da entrada en el registro telemático de la CNMC a un escrito de la sociedad EDISTRIBUCIÓN REDES DIGITALES, S.L.U. solicitando ampliación de plazo, concedido por la CNMC con fecha 10 de diciembre de 2019.
- X. Con fecha 3 de diciembre de 2019, se da entrada en el registro telemático de la CNMC a un escrito de la sociedad ENERGÍA CEUTA XXI

COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A.U., solicitando ampliación de plazo, concedido por la CNMC con fecha 10 de diciembre de 2019.

- XI. Las sociedades han procedido a remitir escrito respuesta a la CNMC, con las siguientes fechas de entrada en el registro telemático:
- Con fecha 13 de diciembre de 2019, ENERGÍA CEUTA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A.U. (GRUPO ENDESA).
 - Con fecha 19 de diciembre, EDISTRIBUCIÓN REDES DIGITALES, S.L.U (GRUPO ENDESA).
 - Con fecha 20 de diciembre de 2019, COMERCIALIZADOR DE REFERENCIA ENERGÉTICO, S.L.U. (GRUPO CHC).
 - Con fecha 26 de diciembre de 2019, BASER COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A. e HIDROCANTÁBRICO DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U. (sociedades del GRUPO EDP).
 - Con fecha 27 de diciembre de 2019, CURENERGÍA COMERCIALIZADOR DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U e i-DE REDES ELÉCTRICAS INTELIGENTES, S.A.U (sociedades del GRUPO IBERDROLA).
 - Con fecha 13 de enero de 2020, ENERGÍA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.L. (GRUPO ENDESA).
 - Con fecha 15 de enero de 2020, RÉGSITI COMERCIALIZADORA REGULADA, S.L.U. (sociedad del GRUPO REPSOL).
- XII. Con fecha 11 de marzo de 2020, se pone a disposición telemática escrito dirigido a COMERCIALIZADORA REGULADA, GAS & POWER, S.A. (GRUPO NATURGY), recibido al día siguiente, solicitando la remisión, en el plazo de 20 días hábiles, de información exhaustiva sobre las medidas concretas que finalmente ha formalizado, dándose entrada en el Registro telemático de la CNMC con fecha 22 de mayo de 2020 al escrito respuesta de la sociedad.

3. SUPERVISIÓN DE LAS MEDIDAS FORMALIZADAS EN RELACIÓN CON LA PRESENTACIÓN DE MARCA.

En cumplimiento de lo previsto en los artículos 12.3 de la Ley del Sector Eléctrico y 63.6 de la Ley del Sector de Hidrocarburos, la Resolución de la CNMC de 6 de septiembre de 2018 obliga a las empresas distribuidoras de gas natural y electricidad (en el caso del sector eléctrico, aquellas con más de 100.000 clientes conectados a sus redes) y comercializadoras de referencia o de último recurso que formen parte de grupos empresariales que integren igualmente sociedades que comercializan en mercado libre electricidad y gas natural a no crear confusión en la presentación de marca respecto a la identidad propia de las sociedades de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización, entendiéndose esta medida, en todo caso, referida a la denominación social.

Asimismo, esta Resolución establece los criterios para la materialización concreta de tal obligación, en virtud de los cuales la CNMC ha valorado las propuestas concretas que fueron presentadas por las interesadas.

Atendiendo a las conclusiones alcanzadas por la CNMC en las respectivas Resoluciones de 23 de marzo de 2019, la CNMC ha procedido a verificar si las denominaciones sociales formalizadas se corresponden con las propuestas valoradas por la CNMC, así como el cumplimiento, en su caso, de las exigencias concretas al respecto incluidas en dichas resoluciones.

Quedan excluidas de la supervisión del cambio de denominación social la distribuidora del GRUPO EDP (HIDROCANTÁBRICO DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U.) y la comercializadora de referencia del GRUPO NATURGY¹ (COMERCIALIZADORA REGULADA, GAS & POWER, S.A.) en la medida en que la Resolución de 6 de septiembre de 2018 concluye que sus denominaciones sociales no inducen a confusión respecto de las denominaciones sociales de las sociedades del grupo que desarrollan la actividad de comercialización y, en consecuencia, no se requiere cambio alguno.

3.1 DENOMINACIONES SOCIALES ADOPTADAS POR LAS DISTRIBUIDORAS ELÉCTRICAS

En relación con las propuestas de modificación de la denominación social o presentación de marca de las distribuidoras obligadas (GRUPO IBERDROLA y

¹ La comercializadora de referencia del GRUPO NATURGY procedió a realizar el cambio de denominación social en fecha previa a la aprobación de la decisión jurídicamente vinculante, de manera que en esta decisión se analiza y señala que la nueva denominación social no confunde al consumidor respecto de la denominación social de la comercializadora del grupo que opera en el mercado libre.

GRUPO ENDESA), la CNMC concluye en las respectivas Resoluciones de 23 de mayo de 2019 en los siguientes términos:

- que la propuesta de modificación de presentación de marca de la distribuidora eléctrica del GRUPO IBERDROLA no crearía confusión respecto a la identidad propia de la filial de su mismo grupo que realice actividades de comercialización, IBERDROLA CLIENTES, S.A. y
- no realizar valoración alguna sobre la propuesta de modificación de presentación de marca realizada por ENDESA DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U. (E-DISTRIBUCIÓN), en tanto en cuanto, la interesada señala que **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** por lo que la CNMC requiere la adopción de las medidas necesarias para la formalización de una denominación social que se ajuste a lo previsto en la Resolución de 6 de septiembre de 2018.

El siguiente cuadro recoge para cada distribuidor, la denominación social a modificar, la propuesta presentada ante la CNMC y la adoptada finalmente:

DENOMINACIÓN SOCIAL A MODIFICAR	DENOMINACIÓN SOCIAL PROPUESTA (Valorada por la CNMC)	DENOMINACIÓN SOCIAL ADOPTADA
IBERDROLA DISTRIBUCIÓN, S.A.U.	i-DE REDES ELÉCTRICAS INTELIGENTES, S.A.U.	i-DE REDES ELÉCTRICAS INTELIGENTES, S.A.U.
ENDESA DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U.	E-DISTRIBUCIÓN	E-DISTRIBUCIÓN REDES DIGITALES, S.L.U.

A la vista de las denominaciones sociales adoptadas se deduce que:

- la distribuidora eléctrica del GRUPO IBERDROLA ha formalizado el cambio de su denominación social atendiendo a la propuesta presentada y valorada por la CNMC sin salvedades y
- la distribuidora del GRUPO ENDESA ha modificado su denominación social adoptando la nueva denominación social E-DISTRIBUCIÓN REDES DIGITALES, S.L.U., que resulta de añadir los términos “REDES DIGITALES” a la propuesta que fue presentada a la CNMC para valoración.

En la Resolución de 23 de mayo de 2019, sobre las medidas propuestas por las sociedades del GRUPO ENDESA, se señala que **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

En consecuencia, la interesada ENDESA DISTRIBUCIÓN deberá proceder a adoptar las medidas necesarias destinadas a formalizar una presentación de

marca o denominación social que se ajuste a lo previsto en la Resolución de 6 de septiembre de 2018”.

En virtud de lo señalado, la sociedad ha formalizado una denominación social, a partir de la propuesta presentada, que resulta claramente diferenciada respecto de la denominación social de la comercializadora del grupo que opera en el mercado libre, ENDESA ENERGÍA, S.A.U., y consistente con los criterios que al respecto se señalan en la decisión jurídicamente vinculante.

Respecto del plazo de formalización de esta medida, atendiendo a la información disponible, ambas sociedades distribuidoras han realizado la modificación de su denominación social dentro del plazo establecido al efecto.

CONCLUSIÓN

Se concluye que las nuevas presentaciones de marca/denominaciones sociales adoptadas por las distribuidoras de energía eléctrica de los grupos IBERDROLA y ENDESA se ajustan a lo señalado y/o exigido en las respectivas Resoluciones de la CNMC de 23 de mayo de 2019 para adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018, habiéndose formalizado las medidas en el plazo previsto al efecto.

3.2 DENOMINACIONES SOCIALES ADOPTADAS POR COMERCIALIZADORAS DE REFERENCIA/ÚLTIMO RECURSO

En relación con las propuestas para la modificación de las presentaciones de marca/denominaciones sociales realizadas por las distintas comercializadoras de referencia obligadas a adaptarse a lo previsto en la decisión jurídicamente vinculante, la CNMC concluye, en sus respectivas Resoluciones de 23 de mayo de 2019, en los siguientes términos:

- que las propuestas de nueva denominación social realizadas por las comercializadoras de referencia de los grupos de sociedades IBERDROLA, CHC y EDP no crearían confusión respecto a la identidad propia de la filial/es de su grupo que realicen actividades de comercialización, así como la propuesta realizada por la comercializadora de referencia del GRUPO REPSOL (antes VIESGO), atendiendo, en este caso, a la denominación social prevista en ese momento para la comercializadora del grupo **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** y
- que las propuestas de modificación de presentación de marca realizadas por las comercializadoras de referencia del GRUPO ENDESA (ámbito nacional y ámbito ciudad de Ceuta) crearían confusión respecto a la identidad propia de las filiales de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización, requiriendo la adopción de las medidas necesarias destinadas a que sus

denominaciones sociales definitivas se ajusten a lo previsto en la Resolución de 6 de septiembre de 2018.

En los apartados siguientes se realiza la supervisión de la formalización de las nuevas denominaciones sociales atendiendo a las conclusiones anteriores.

3.2.1 Nuevas denominaciones sociales de las comercializadoras de referencia cuyas propuestas fueron valoradas por la CNMC sin salvedades en las respectivas Resoluciones de 23 de mayo de 2019: GRUPO IBERDROLA, GRUPO CHC, GRUPO EDP y GRUPO REPSOL

El siguiente cuadro recoge, por comercializadora de cada grupo, la denominación social inicial que había de ser modificada, la denominación social propuesta a la CNMC para su valoración, así como la denominación social que finalmente ha sido adoptada:

ANTIGUA DENOMINACIÓN SOCIAL	DENOMINACIÓN SOCIAL PROPUESTA (Valorada por la CNMC sin salvedades)	DENOMINACIÓN SOCIAL ADOPTADA
CHC COMERCIALIZADOR DE REFERENCIA, S.L.U.	COMERCIALIZADOR DE REFERENCIA ENERGÉTICO, S.L.U.	COMERCIALIZADOR DE REFERENCIA ENERGÉTICO, S.L.U.
EDP COMERCIALIZADORA DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.	BASER COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A.	BASER COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A.
IBERDROLA COMERCIALIZACIÓN DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U.	CURENERGÍA COMERCIALIZADOR DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U.	CURENERGÍA COMERCIALIZADOR DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U.
VIESGO COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.L.U.	RÉGSITI COMERCIALIZADORA REGULADA, S.L.U.	RÉGSITI COMERCIALIZADORA REGULADA, S.L.U.

A la vista de las denominaciones propuestas y las formalizadas, las comercializadoras de referencia de los grupos CHC, EDP, IBERDROLA y REPSOL han adoptado la denominación social propuesta y valorada por la CNMC sin salvedades.

Respecto del plazo de materialización del cambio de denominación social, de la información disponible se deduce que todas las sociedades han procedido a modificar su denominación social en el plazo al efecto, a excepción del GRUPO CHC que ha formalizado la modificación de su denominación social con posterioridad. No obstante, no se aprecia como una incidencia significativa,

atendiendo a las fechas² concretas en que se ha realizado el cambio y considerando que tal situación no habría implicado ventaja para este grupo respecto al resto de grupos de sociedades (en los que se integran las sociedades que han cumplido con la obligación del cambio de denominación social en plazo), en virtud de la ausencia de cambios en la composición de la cartera de clientes del GRUPO CHC, según se deduce de los “*Informes de Supervisión de los cambios de comercializador*” relativos a 2019. De tales informes se deriva que la cuota de mercado del GRUPO CHC se ha mantenido sin alteración³, atendiendo al número de puntos totales de suministro que forman su cartera y a la composición de la misma (clientes en mercado libre y regulado).

3.2.2 Nuevas denominaciones sociales adoptadas por las comercializadoras de referencia del GRUPO ENDESA para ajustarse a las exigencias señaladas en la Resolución de la CNMC de 23 de mayo de 2019.

El siguiente cuadro incorpora por comercializadora de referencia del GRUPO ENDESA, la denominación social inicial, la denominación social propuesta a la CNMC para su valoración y la denominación social que ha sido finalmente adoptada:

ANTIGUA DENOMINACIÓN SOCIAL	DENOMINACIÓN SOCIAL <u>PROPUESTA</u> (Valorada por la CNMC con salvedades)	DENOMINACIÓN SOCIAL <u>ADOPTADA</u>
EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA, S.A.	ENERGÍA CEUTA XXI COMERCIALIZADORA REGULADA EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA	ENERGÍA CEUTA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A.
ENDESA ENERGÍA XXI, S.A.	ENERGÍA XXI COMERCIALIZADORA REGULADA DE ENDESA	ENERGÍA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.L.

² La CNMC ha verificado la publicación en el BORME, con fecha 22 de octubre de 2019, del cambio de denominación social de CHC COMERCIALIZADOR DE REFERENCIA a COMERCIALIZADOR DE REFERENCIA ENERGÉTICO, S.L. (fecha de inscripción 15.10.2019), así como la publicidad en el BORME de actos vinculados a CHC COMERCIALIZADOR DE REFERENCIA (denominación previa al cambio) en septiembre y octubre de 2019. La Resolución de la CNMC de 23 de mayo de 2019 fue notificada a la interesada el día 24 de dicho mes, accediendo la sociedad a la notificación en la misma fecha, extendiéndose el plazo para proceder a la adopción de las medidas tres meses desde ese momento.

³ A 31 de marzo de 2019, el 93 por ciento de los clientes domésticos del GRUPO CHC disponían de contrato en el mercado libre y el 7 por ciento en el mercado regulado. A 30 de junio de 2019, estos porcentajes se mantienen, ascendiendo al 92 y 8 por ciento, respectivamente. Por su parte, la cuota de mercado total del grupo (número de puntos de suministro en mercado libre y regulado) es del 1,5 por ciento al final de cada uno de los tres primeros trimestres de 2019.

Las propuestas presentadas no evitaban, a juicio de la CNMC, el riesgo de confusión respecto de la identidad propia de las comercializadoras del grupo en el mercado libre, al incorporar la referencia al grupo de sociedades, puesto que tal referencia se incluye, también, en la denominación social de las comercializadoras del grupo en el mercado libre, según el criterio fijado en la decisión jurídicamente vinculante, requiriéndose la formalización de unas denominaciones sociales que eliminaran tal riesgo de confusión⁴.

Las nuevas denominaciones sociales formalizadas ya no incluyen referencia al grupo atendiendo a los criterios señalados por la CNMC en las Resoluciones de 6 de septiembre de 2018 y de 23 mayo de 2019 y no crearían confusión respecto a la identidad propia de las filiales de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización. Por otro lado, se aprecia un cambio menor respecto de las propuestas, consistente en la sustitución del término “*regulada*” por el término “*de referencia*”, adecuándose al empleado en la legislación para esta categoría de comercializadoras.

Finalmente, de la información disponible se deduce que ambas sociedades han materializado los cambios en el plazo establecido al efecto.

CONCLUSIÓN

A la vista de lo expuesto, se concluye que las presentaciones de marca formalizadas por las comercializadoras de referencia de los grupos de sociedades IBERDROLA, CHC, EDP, REPSOL y ENDESA se ajustan a lo señalado y/o exigido en las respectivas Resoluciones de la CNMC de 23 de mayo de 2019 para adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018, habiéndose adoptado las medidas en el plazo establecido al efecto, a excepción del GRUPO CHC que ha formalizado la modificación de su denominación social con posterioridad. No obstante, no se aprecia como una incidencia significativa, atendiendo a las fechas concretas en que se ha realizado el cambio y considerando que tal situación no habría implicado ventaja para este grupo respecto al resto de grupos de sociedades (en

⁴ En la Resolución de 23 de mayo de 2019 sobre las medidas propuestas por las sociedades del GRUPO ENDESA se señala:

“Las denominaciones sociales propuestas para las dos comercializadoras de referencia y/o último recurso que forman parte del grupo [INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL] sin embargo, no eliminarían el riesgo de confusión para el consumidor final respecto de la identidad propia de las sociedades del grupo que realizan actividades de comercialización, ENDESA ENERGÍA y EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA, respectivamente, atendiendo al criterio establecido en la Resolución de 6 de septiembre de 2018 que prevé que “la mera incorporación del término “distribución” en la marca vinculada al distribuidor o del término “comercializador de referencia” o “suministrador de último recurso” o “comercializador de último recurso” en la denominación social de dichas empresas, no elimina el riesgo de confusión de marca, si en su denominación social se incluye el nombre del grupo, siempre que sea adoptado en la denominación social de la sociedad que comercializa electricidad y gas natural perteneciente al grupo.”

los que se integran las sociedades que han cumplido con la obligación del cambio de denominación social en plazo), en virtud de la ausencia de cambios en la composición de la cartera de clientes del GRUPO CHC.

4. SUPERVISIÓN DE LAS MEDIDAS FORMALIZADAS EN RELACIÓN CON LA IMAGEN DE MARCA.

En cumplimiento de lo previsto en los artículos 12.3 de la Ley del Sector Eléctrico y 63.6 de la Ley del Sector de Hidrocarburos, la Resolución de 6 de septiembre de 2018 obliga a las empresas distribuidoras de gas natural y electricidad (en el caso del sector eléctrico, aquellas con más de 100.000 clientes conectados a sus redes) y comercializadoras de referencia o de último recurso que formen parte de grupos empresariales que integren igualmente sociedades que comercializan en mercado libre electricidad y gas natural a no crear confusión en la imagen de marca respecto a la identidad propia de las filiales de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización, entendiéndose esta medida referida, en todo caso, al logotipo. Asimismo, establece los criterios para la aplicación de esta medida.

Atendiendo a las conclusiones alcanzadas por la CNMC en las distintas Resoluciones de 23 de mayo de 2019, en el presente apartado se procede a verificar si las imágenes de marca adoptadas por las empresas se corresponden con las propuestas presentadas así, como el cumplimiento, en su caso, de los requerimientos concretos al respecto y en el plazo previsto al efecto.

No procede revisión de medidas adoptadas por la comercializadora de referencia del GRUPO NATURGY, puesto que esta sociedad modificó su imagen de marca, junto con la presentación de marca, con anterioridad a la aprobación de la decisión jurídicamente vinculante, de manera que en esta Resolución ya se analizó la nueva imagen de marca, no requiriéndose actuación alguna al respecto.

4.1 IMÁGENES DE MARCA DE LAS DISTRIBUIDORAS ELÉCTRICAS

La CNMC, en sus respectivas Resoluciones de 23 mayo de 2019, concluye respecto de las propuestas analizadas en los siguientes términos:

- que las propuestas de modificación de la imagen de marca de las distribuidoras eléctricas de los grupos IBERDROLA y EDP, en los términos concretos presentados, no crearían confusión respecto de la imagen de marca de las comercializadoras en el mercado libre de sus respectivos grupos de sociedades y
- que la propuesta de modificación de la imagen de marca de la distribuidora eléctrica del GRUPO ENDESA, no crearía confusión respecto a la identidad propia de cada una de las filiales de su mismo grupo que realizan la actividad

de comercialización, EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA, S.A. y ENDESA ENERGÍA, S.A.U., si bien, respecto la segunda, siempre que la imagen de marca que formalice cumpla con ciertos requisitos que afectan a la gama cromática para evitar confusión con la imagen de marca de la comercializadora del grupo en el mercado libre⁵.

Atendiendo a las conclusiones anteriores, la CNMC ha comprobado si:

- las imágenes de marca registradas por la distribuidora del GRUPO IBERDROLA y del GRUPO EDP se corresponden con las propuestas valoradas por la CNMC y
- si la imagen de marca registrada por la distribuidora del GRUPO ENDESA se ajusta a las exigencias de la CNMC en la respectiva Resolución de 23 de mayo de 2019.

El cuadro siguiente muestra, por distribuidora, la imagen de marca propuesta y la formalizada, según la información remitida a la CNMC:

⁵ La CNMC señala en la Resolución de 23 de mayo de 2019 sobre las propuestas de las sociedades del GRUPO ENDESA que **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

DISTRIBUIDORA ELÉCTRICA	IMAGEN DE MARCA PROPUESTA (Valorada por la CNMC)	IMAGEN DE MARCA ADOPTADA
	<u>IMAGEN DE MARCA PRINCIPAL</u>	<u>VARIANTE REGISTRADA</u>
	 	
DISTRIBUIDORA DEL GRUPO EDP	<u>OTRAS VERSIONES LOGO</u> [INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]	<u>OTRAS VARIANTES EMPLEADAS</u>   
DISTRIBUIDORA DEL GRUPO ENDESA		
DISTRIBUIDORA DEL GRUPO IBERDROLA		

De la información disponible y el análisis realizado se derivan las siguientes consideraciones:

- la distribuidora del GRUPO IBERDROLA ha formalizado la propuesta de imagen de marca que fue valorada sin salvedades por la CNMC.
- La distribuidora del GRUPO EDP ha comunicado que, únicamente, se ha registrado una variante, conforme a las propuestas presentadas. A partir de documentación que la sociedad ha remitido a la CNMC en el marco del presente expediente, se aprecia la utilización de variantes al citado logo⁶, acordes con el mismo y con las propuestas.
- En cuanto a la imagen de marca adoptada por la distribuidora del GRUPO ENDESA:
 - se ha mantenido el diseño propuesto en cuanto a sus elementos, composición y tipo de letra y,

⁶ Comunicaciones escritas con el cliente y rótulos en algunos edificios.

- en relación con la gama cromática elegida que, a requerimiento de la CNMC, no debe ser igual o con semejanza destacada respecto de la gama empleada en el imagen de marca de la comercializadora del grupo ENDESA ENERGÍA, S.A. (colores, graduación, combinaciones, posición, ...), la distribuidora ha cumplido con tal exigencia⁷, habiendo optado por una gama cromática diferente, tal y como se puede apreciar:





La distribuidora señala que la nueva imagen de marca no muestra ninguna similitud conceptual, ni fonética con el utilizado por la comercializadora libre del grupo e indica que, en cumplimiento de las recomendaciones formuladas por la CNMC en su Resolución de 23 de mayo de 2019, la letra “e” de la imagen de marca formalizada tiene un color distinto de la letra “e” utilizada por la comercializadora libre del grupo, eliminándose así cualquier eventual riesgo de confusión con el consumidor.

- Respecto del plazo de modificación de la imagen de marca, atendiendo a información disponible y/o información pública⁸, se deduce que las distribuidoras han formalizado sus nuevas imágenes de marca en el plazo establecido al efecto.

CONCLUSIÓN

En virtud de lo expuesto, se concluye que las imágenes de marca adoptadas por las distribuidoras de energía eléctrica de los grupos ENDESA, EDP e IBERDROLA se ajustan a lo señalado y, en su caso, exigido en las respectivas Resoluciones de la CNMC de 23 de mayo de 2019 para adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018, habiéndose adoptado las medidas en el plazo establecido al efecto.

4.2 IMÁGENES DE MARCA DE LAS COMERCIALIZADORAS DE REFERENCIA

En relación con las propuestas de imagen de marca presentadas por las comercializadoras en el mercado regulado de electricidad y gas, las respectivas Resoluciones de la CNMC, de 23 de mayo de 2019, concluyen en los siguientes términos:

⁷ Tal y como se señala en la Resolución de 23 de mayo de 2019 la imagen que fue aportada por la empresa a la CNMC para valoración **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]** y se concluía:

[INICIO CONFIDENCIAL] **[FIN CONFIDENCIAL]**

En consecuencia, la interesada ENDESA DISTRIBUCIÓN habrá de adoptar las medidas necesarias para que su presentación de marca definitiva se adapte a lo previsto en la presente Resolución.”

⁸ Publicidad en web corporativa y en prensa.

- que las propuestas de modificación de imagen de marca de las comercializadoras de referencia de los grupos EDP, IBERDROLA, CHC y REPSOL⁹, así como la de la comercializadora de referencia del GRUPO ENDESA que opera en el ámbito de la ciudad de Ceuta, no crearían confusión respecto de la imagen de marca de las comercializadoras en el mercado libre de sus respectivos grupos de sociedades y
- que la propuesta de modificación de imagen de marca realizada por la comercializadora de referencia del GRUPO ENDESA que opera en el ámbito nacional no crearía confusión respecto a la identidad propia de las filiales de su mismo grupo que realizan la actividad de comercialización, bajo el requisito del cumplimiento de ciertos criterios. Así, en caso de formalizar el diseño propuesto a la CNMC, se requiere que la imagen de marca no ha de incluir coincidencias cromáticas (colores, graduación, combinaciones, posición, ...) o semejanza cromática destacada respecto de la gama cromática empleada en la imagen de marca de la comercializadora del grupo en el mercado libre ENDESA ENERGÍA, S.A.U.

Se realiza el análisis atendiendo a las anteriores conclusiones, favorable o con ciertos requerimientos de actuación:

- a) Respecto de las imágenes de marca valoradas por la CNMC sin salvedades en su respectiva Resolución de 23 de mayo de 2019: GRUPO EDP, GRUPO CHC, GRUPO IBERDROLA, GRUPO REPSOL y GRUPO ENDESA (ámbito de operación en la ciudad de CEUTA).

Del análisis realizado se deduce que las imágenes de marca adoptadas por las comercializadoras de referencia de los grupos EDP, CHC, IBERDROLA, REPSOL y la comercializadora de referencia del GRUPO ENDESA con ámbito de operación en la ciudad de Ceuta se ajustan a las propuestas valoradas por la CNMC sin salvedades en las respectivas resoluciones al efecto, apreciándose cambios menores que no alteran las conclusiones previas, concretamente, la inclusión en la imagen de marca de la comercializadora de referencia del GRUPO CHC del término “energético” y, en el caso de la imagen de marca adoptada por la comercializadora de referencia del GRUPO ENDESA que opera en la ciudad de Ceuta, la modificación de la gama cromática respecto de la propuesta inicial y la sustitución del término “*comercializadora regulada*” por “*comercializadora de referencia*”, ajustándose así a la nueva denominación social.

El siguiente cuadro recoge las imágenes de marca propuestas por las comercializadoras de referencia junto con las que han sido registradas:

⁹ La CNMC especifica en la correspondiente resolución sobre las medidas propuestas por la comercializadora de referencia del GRUPO REPSOL que esta conclusión se mantiene **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA/ÚLTIMO RECURSO	IMAGEN DE MARCA PROPUESTA (Valorada por la CNMC)	IMAGEN DE MARCA ADOPTADA
COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA/ÚLTIMO RECURSO DEL GRUPO EDP	 Versiones logo BASER 	
COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA DEL GRUPO CHC		
COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA/ÚLTIMO RECURSO DEL GRUPO IBERDROLA	COMERCIALIZADOR DE ÚLTIMO RECURSO Grupo IBERDROLA	COMERCIALIZADOR DE ÚLTIMO RECURSO Grupo IBERDROLA
COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA DEL GRUPO ENDESA (ÁMBITO OPERACIÓN CIUDAD DE CEUTA)	 <small>comercializadora regulada empresa de alumbrado eléctrico de Ceuta</small>	 <small>comercializadora de referencia empresa de suministro eléctrico de Ceuta</small>
COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA DEL GRUPO REPSOL	 	

Como se ha citado previamente y puede apreciarse en el cuadro anterior, la comercializadora en el mercado regulado del GRUPO ENDESA que opera en la ciudad de Ceuta (ENERGÍA CEUTA XXI) ha mantenido el diseño propuesto de su imagen de marca, si bien ha modificado la gama cromática, seleccionando una gama no coincidente con la empleada por la comercializadora del grupo en el mercado libre, ENDESA ENERGÍA:



Finalmente, con respecto al plazo de formalización del cambio de imagen de marca, de información pública¹⁰ y/o remitida por los operadores, se concluye que la modificación de la imagen de marca se ha producido en el plazo establecido al efecto, coincidiendo con la modificación de la denominación social. Con respecto a la comercializadora de referencia del GRUPO CHC, atendiendo a la información disponible, resulta una conclusión favorable como consecuencia de la vinculación entre la presentación de marca y la imagen de marca y de lo señalado previamente en cuanto al plazo de modificación de la denominación social.

- b) Respecto de la imagen de marca propuesta por la comercializadora de referencia de ámbito nacional del GRUPO ENDESA valorada por la CNMC con salvedades en su respectiva Resolución de 23 de mayo de 2019.

Se analiza la imagen de marca que, finalmente, ha formalizado la comercializadora de referencia de ámbito nacional del GRUPO ENDESA (ENDESA ENERGÍA XXI, S.A., ahora denominada ENERGÍA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A.U.) habiendo considerado la CNMC, en su respectiva Resolución de 23 de mayo de 2019, que la imagen de marca propuesta se ajustaría a lo previsto en la decisión jurídicamente vinculante siempre que no incluya coincidencias cromáticas (colores, graduación, combinaciones, posición, ...) o semejanza cromática destacada respecto de la gama cromática empleada en la imagen de marca de la comercializadora del grupo en el mercado libre ENDESA ENERGÍA, S.A.U.

En el siguiente cuadro se compara la imagen de marca que fue propuesta por la sociedad y la imagen de marca finalmente adoptada:



Respecto de la nueva imagen de marca, la sociedad ha destacado en su escrito que el cambio se ha realizado en cumplimiento de las exigencias de las resoluciones de la CNMC, eliminando el término “ENDESA” e indicando que no se aprecia similitud conceptual, fonética, ni cromática, respecto a la marca utilizada por la comercializadora libre.

¹⁰ Nota de prensa, publicidad del cambio de marca en web, artículos en prensa o fecha de disponibilidad de App móvil con nuevo logotipo.

La CNMC considera que la imagen de marca registrada por la sociedad responde en su diseño y estructura a la propuesta realizada, habiendo modificado la alusión a la identificación de la actividad de la sociedad empleando “*comercializadora de referencia*” en lugar de “*comercializadora regulada*”, ajustándose a la nueva denominación. Asimismo, la gama cromática elegida (también empleada en la imagen de marca de la comercializadora de referencia que opera en la ciudad de Ceuta, analizada previamente) cumple con la exigencia cromática requerida por la CNMC, no resultando coincidente con la gama empleada por la comercializadora del grupo en el mercado libre, tal y como puede apreciarse:



Finalmente, la modificación de la imagen de marca se ha producido dentro del plazo establecido al efecto, atendiendo a la información disponible.

CONCLUSIÓN

A partir de lo expuesto, se concluye que las imágenes de marca adoptadas por las comercializadoras de referencia de los grupos de sociedades IBERDROLA, EDP, REPSOL, CHC y ENDESA se ajustan a lo propuesto en las respectivas Resoluciones de la CNMC de 23 de mayo de 2019 para adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018, habiéndose formalizado atendiendo a los requerimientos que, en su caso, se hubieran señalado y en el plazo previsto al efecto. Con respecto a la comercializadora de referencia del GRUPO CHC, resulta una conclusión favorable en virtud de la vinculación entre la presentación de marca y la imagen de marca y de lo concluido en relación al plazo de modificación de la denominación social.

5. MEDIDAS QUE SE HAN IMPLEMENTADO A LOS EFECTOS DE CUMPLIR CON LA OBLIGACIÓN DE NO CREAR CONFUSIÓN EN LA INFORMACIÓN QUE SE INTERCAMBIE CON EL CONSUMIDOR

En este apartado se analiza la implementación de medidas destinadas a cumplir con la obligación de no crear confusión en la información que las empresas interesadas remitan o intercambien con el consumidor respecto a la identidad de las filiales de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización.

Concretamente, se verifica si las sociedades interesadas han materializado las medidas que fueron propuestas a la CNMC en los términos concretos que fueron expuestos, si se han implementado con alguna modificación o si han puesto en marcha otras medidas que no fueron informadas, así como, en su caso, el cumplimiento de los requerimientos y/o recomendaciones de actuación

concretos que la CNMC ha incorporado en las respectivas Resoluciones de 23 de mayo y 29 de octubre de 2019.

En cuanto a la conclusión respecto de la adopción de las medidas asociadas a la información que se intercambie con el consumidor en el plazo concedido al efecto, se atenderá a la información concreta que, en su caso, señale el operador, así como a las siguientes consideraciones en relación con la naturaleza de las medidas:

- a la fecha de petición de información en el marco del presente expediente de supervisión, las nuevas páginas web de las sociedades interesadas ya se encontraban operativas, incorporando la nueva identificación de la sociedad (presentación e imagen de marca);
- atendiendo a la naturaleza de las obligaciones concretas establecidas en la decisión jurídicamente vinculante¹¹, con carácter general, se entiende que su materialización queda estrechamente vinculada a la formalización de la nueva presentación e imagen de marca, pudiendo, no obstante, no llevarse a cabo en la misma fecha puesto que son medidas que requieren distintos procedimientos de actuación y

¹¹ La decisión jurídicamente vinculante establece la siguiente obligación:

“3º. Las empresas interesadas no crearán confusión en la información que remitan o intercambien con el consumidor medio final doméstico de electricidad/gas natural, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, por cualquier canal de comunicación (telefónico, escrito, web, presencial), respecto a la identidad de las filiales de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización. En la información deberá quedar diferenciada e inequívocamente identificada la empresa interesada respecto a la sociedad que comercializa electricidad /gas natural perteneciente al grupo integrado. En todo caso dicha identificación diferenciada e inequívoca afectará:

- *A la identificación de la empresa interesada en las facturas de clientes y en todas las comunicaciones escritas remitidas al cliente, respecto a la sociedad perteneciente al grupo que comercializa en el mercado libre;*
- *A la identificación de la empresa interesada en las llamadas telefónicas que reciba de clientes a través de su número de atención específico, respecto a la sociedad perteneciente al grupo que comercializa en el mercado libre;*
- *A la identificación de la empresa interesada a través de la dirección de su página web, de forma clara e inequívoca respecto a la sociedad perteneciente al grupo que comercializa en el mercado libre. Dicha web será específica e independiente y no incluirá vínculos al portal web de la sociedad que comercializa electricidad o gas natural perteneciente al grupo empresarial.*
- *A la identificación de la empresa interesada en las comunicaciones presenciales con el cliente, de forma clara e inequívoca respecto a la sociedad perteneciente al grupo que comercializa en el mercado libre, ya sea por cuenta de la empresa como en representación o subcontratación de un tercero.*

La identificación de marca de las empresas interesadas en ubicaciones (rótulos de instalaciones, vehículos, uniformes de sus trabajadores, edificios, arquetas, etc.) no estará afectada por la obligación señalada en el párrafo anterior, en tanto dichos elementos no intervengan en su relación directa con el cliente.”

- puesto que aquellas medidas asociadas con entornos tecnológicos o con desarrollos de herramientas informáticas son susceptibles de sufrir incidencias, tanto durante el proceso de diseño como tras su puesta en funcionamiento, se considera razonable que se encuentren operativas en el momento de cumplir con el requerimiento de información sobre medidas finalmente formalizadas (noviembre de 2019).

Para facilitar la tarea de supervisión se procede a realizar el análisis por grupo de sociedades.

5.1 MEDIDAS IMPLEMENTADAS POR LAS SOCIEDADES DEL GRUPO ENDESA

Atendiendo a las propuestas generales presentadas ante la CNMC por la distribuidora y las comercializadoras de referencia del GRUPO ENDESA, la Resolución de 23 de mayo de 2019 al respecto concluye sobre su conformidad con la decisión jurídicamente vinculante y requiere, dada su generalidad, que sean concretadas a través de medidas específicas según directrices señaladas en la propia Resolución:

*“**Sexta.** Declarar que las propuestas concretas de actuación realizadas por las interesadas ENDESA ENERGÍA XXI, S.L., EMPRESA ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA, S.A.U. y ENDESA DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U., a los efectos de cumplir con la medida consistente en no crear confusión en la información que remitan o intercambien con el consumidor medio, así como las medidas de carácter general, resultarían consistentes con las medidas requeridas en la Resolución de la CNMC de 6 de septiembre de 2018 y requerir a dichas empresas que concreten estas disposiciones generales desarrollando medidas específicas atendiendo a los términos y directrices recogidos en el apartado tercero de los Fundamentos de Derecho Jurídico-Materiales de la presente Resolución.”*

En virtud de esta conclusión, se analiza ahora la implementación y desarrollo de las medidas propuestas.

5.1.1 Medidas formalizadas por la distribuidora eléctrica EDISTRIBUCION REDES DIGITALES, S.L.U.

La distribuidora del GRUPO ENDESA planteó a la CNMC la siguiente propuesta general para evitar la confusión en la comunicación con el cliente:

“ ...

- c) *Los cambios necesarios desde el punto de vista de la presentación de marca e imagen de marca serán, en su caso, incorporados en la web de Endesa Distribución. A tal efecto, se propone el siguiente dominio*

edistribucion.com”

Como se ha señalado, la CNMC requirió el desarrollo de las medidas generales a través de medidas concretas, atendiendo a los términos y directrices expuestos en la Resolución de 23 de mayo de 2019.

EDISTRIBUCION REDES DIGITALES ha procedido a informar sobre las siguientes medidas concretas:

- modificación del dominio de la web previa, pasando de www.endesadistribucion.com al nuevo www.edistribucion.com.
- Actualización de la nueva imagen de marca en todos los apartados de la página web.
- Ausencia de vínculos entre esta web y las webs de sociedades del grupo que comercializan gas y electricidad.
- Modificación de todas las locuciones telefónicas para ajustarse a la nueva denominación social.
- Modificación de la denominación social e imagen de marca en todas las comunicaciones escritas con clientes y comercializadoras.
- Modificación de las direcciones de correo electrónico usadas en la comunicación con clientes, siendo el dominio empleado @enel.com y, en general, con identificación de usuario a través del término “edistribución”.
- Cambio de dominio de la zona privada de la web de e-distribución, asociado a la nueva denominación, (<https://zonaprivada.edistribucion.com/areaprivada/s>), con uso del nuevo logo y denominación de la sociedad.
- Ausencia de vínculos desde el área cliente a las páginas de otras sociedades del grupo que comercializan gas y electricidad.
- Modificación de la App de e-distribución adaptándose al nuevo logo y marca, sin contener ningún vínculo con las de otras sociedades del grupo que comercializan gas y electricidad.
- No se han introducido cambios respecto de la identificación de marca en ubicaciones (rótulos, vehículos, uniformes, edificios, arquetas, ...) puesto que ninguna de las ubicaciones señaladas interviene en la relación directa con el cliente, atendiendo a lo establecido en el Acuerdo Primera de la Resolución de 6 de septiembre de 2018.

La sociedad ha acreditado las anteriores medidas remitiendo diversa documentación, entre otra, enlaces en web, modelos de los nuevos formatos para comunicación, relación de direcciones de correo electrónico modificadas, copia de notas de prensa y transcripción de locuciones.

Respecto de las medidas, proceden las siguientes consideraciones por parte de la CNMC:

- Se han formalizado las medidas destinadas a identificar a la sociedad a través de cualquier canal de comunicación, formalizando el dominio web propuesto.

- Se han adoptado medidas específicas respecto a la ausencia de vínculos entre páginas web y área cliente, así como respecto de la independencia y clara identificación de la App de la sociedad, acordes con las adoptadas para la web de la sociedad y el área cliente, atendiendo todo ello a lo señalado en la Resolución de 23 de mayo de 2019.
- Respecto de las nuevas direcciones de correo electrónico de la distribuidora, su dominio es @enel.com y, en general, incluyen como identificación del usuario el término “*edistribucion*”, si bien ciertas direcciones se identifican con otro usuario distinto del anterior, sin que la identificación empleada haga referencia a ENDESA. A partir de información pública se ha verificado la publicidad de direcciones de correo electrónico asociadas a la comercializadora libre del grupo, no utilizando el dominio @enel empleado para el negocio de distribución, sino dominios que se refieren directamente a ENDESA¹², por lo tanto, se considera que las nuevas direcciones de correo electrónico de la distribuidora eléctrica identifican el negocio de distribución sin confusión y se vinculan al grupo de sociedades, sin inducir a error con respecto a la sociedad del grupo que desarrolla la actividad de comercialización en el mercado libre que utiliza un dominio diferente, cumpliendo así con lo requerido por la CNMC en la respectiva Resolución de 23 de mayo de 2019 que señala que las sociedades “*habrán de garantizar la creación de cuentas de correo claramente asociadas a las interesadas.*”
- La ausencia de cambios en ubicaciones (rótulos de instalaciones, vehículos, uniformes trabajadores, edificios, arquetas, ...) responde al criterio fijado en decisión jurídicamente vinculante al respecto, en la medida que tales elementos no intervengan en la relación directa con el cliente.
- Finalmente, las medidas expuestas se han materializado en el plazo establecido al efecto, según se señala en la información facilitada por la sociedad.

CONCLUSIÓN

Del análisis realizado se concluye que EDISTRIBUCION REDES DIGITALES, S.L.U. ha formalizado las medidas de carácter general analizadas en la Resolución de la CNMC de 23 de mayo de 2019 al efecto y ha desarrollado medidas específicas atendiendo a los términos y directrices recogidos en la misma, para adaptarse a las exigencias de la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018.

¹² De información pública (<https://www.endesa.com/es/te-ayudamos/contactanos/>) se deduce, al menos, la utilización de las siguientes direcciones de correo electrónico por parte de la comercializadora libre del grupo : atencionalcliente@endesaonline.com y asesoramientoaf@endesa.es.

5.1.2 Medidas formalizadas por la comercializadora de referencia ENERGÍA CEUTA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A.

Las propuestas formuladas por EMPRESA ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA, S.A. (ahora ENERGÍA CEUTA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A.), para cumplir con la obligación de no crear confusión en la información que se remita o intercambie con el cliente, consistieron en:

- (i) *Los cambios necesarios desde el punto de vista de la presentación de marca e imagen de marca serán, en su caso, incorporados a una web de Empresa Alumbrado Eléctrico de Ceuta Comercialización de Referencia, S.A.U. y sobre la que se está actualmente trabajando. Los dominios registrados serán, en su caso, los siguientes: energiaCeutaXXI.es/ energiaCeutaXXI.com.*

Dicha modificación quedará, a su vez, reflejada en todos los canales de comunicación con el consumidor.”

La CNMC concluyó en la correspondiente Resolución de 23 de mayo de 2019 que estas propuestas resultarían consistentes con las medidas requeridas en la decisión jurídicamente vinculante, requiriendo la concreción de las disposiciones generales mediante el desarrollo de medidas específicas, atendiendo a los términos y directrices recogidos en la Resolución.

Mediante escrito de fecha 5 de septiembre de 2019 la sociedad comunicó a la CNMC la modificación de su denominación social y nueva imagen de marca, el nuevo teléfono gratuito de atención al consumidor, así como las nuevas direcciones de correo electrónico con dominio @energiaceutaxxi.com.

Posteriormente, en respuesta a la solicitud de información de la CNMC, la sociedad informa sobre el resto de medidas concretas implementadas en los siguientes términos:

- creación de una nueva página web exclusiva para ENERGIA CEUTA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA (ECXXI), con dirección www.energiaceutaxxi.com/, siendo independiente respecto de la página web de la comercializadora libre del grupo (www.electricadecuerta.com), no existiendo interrelación ni redireccionamiento entre ellas y sin incluir ninguna información sobre canales de comunicación, ni sobre ningún otro aspecto, de la comercializadora libre en esta nueva web.
- En el apartado “Web corporativa” de la web de la comercializadora en el mercado libre se muestra la denominación, domicilio social y CIF de las empresas que conforman el grupo sin incluir vínculos o enlaces que permitan acceder desde una de las citadas páginas a la otra.
- No se ha desarrollado App para dispositivos móviles para la sociedad.

- En cuanto a la zona privada en su web, no existen herramientas ni plataformas comunes que permitan la realización de gestiones, de forma simultánea, a clientes de la comercializadora en el mercado libre y a los de la comercializadora de referencia. A través de la misma sólo se permite la realización de gestiones a los clientes de ECXXI, no pudiendo acceder a la misma los clientes de la comercializadora libre del grupo y viceversa.
- En cuanto al reflejo en todos los canales de comunicación de la nueva denominación social y marca:
 - comunicación por escrito a todos sus clientes anticipando el cambio de denominación social, imagen de marca, web, correo electrónico y teléfono gratuito exclusivo para la atención telefónica de los clientes de ECXXI, no siendo posible realizar gestiones que no correspondan a la comercializadora de referencia;
 - creación de un nuevo dominio para los correos electrónicos (@energiaceutaxxi.com) exclusivo para gestiones de ECXXI y sus clientes, en sustitución del anterior (@electricadeceuta.com) y
 - adaptación de los documentos empleados por ECXXI para comunicación escrita con el cliente a la nueva presentación e imagen de marca, facturas y comunicaciones de todo tipo.
- Comunicación de los cambios en la denominación social a proveedores y organismos públicos.
- Respecto de la atención presencial al cliente de la comercializadora regulada, se advierte de la existencia de una sola oficina comercial en Ceuta que atiende a los clientes en el mercado libre y en el regulado, de manera que para diferenciar la prestación de los servicios de ambas comercializadoras y evitar confusión al consumidor se han adoptado diversas medidas: carteles en el exterior informando de la atención a las dos categorías de clientes; direccionamiento de clientes mediante dispensadora de tickets seleccionando la empresa concreta para realizar la gestión y generando dos turnos diferenciados para evitar confusión y en el interior de la oficina instalación de elementos identificadores y diferenciadores de las sociedades (carteles y vinilos).
- Respecto de la implementación de un código de actuación que deben seguir los agentes comerciales, o instrumento similar, la sociedad señala que no se ha implementado un código formal por escrito pero indica que los trabajadores **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]** y han sido formados sobre las novedades y modificaciones derivadas del procedimiento de cambio de imagen y marca.

Para acreditar la adopción de las medidas anteriores, la sociedad adjunta diversa documentación, como copia de las comunicaciones practicadas, de las nuevas plantillas para comunicación escrita y documentos gráficos.

Respecto de las medidas implementadas, proceden las siguientes consideraciones por parte de la CNMC:

- La sociedad ha formalizado las medidas propuestas, incluyendo el dominio web y correo electrónico y la identificación de la sociedad en todos los canales de comunicación.
- Las medidas adoptadas en relación a la página web independiente se ajustan a las directrices expuestas por la CNMC en su Resolución de 23 de mayo de 2019, haciendo extensiva esta conclusión a las medidas respecto del área cliente y aquellas adoptadas en la oficina comercial.
- La sociedad no ha implementado un código de conducta o instrumento similar a suscribir por los agentes comerciales con la finalidad de garantizar el cumplimiento de los procedimientos existentes al disponer de una única oficina comercial con empleados **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** que han recibido formación respecto del cambio de presentación e imagen de marca. Se considera que las medidas concretas adoptadas en la oficina comercial y la formación de los agentes comerciales resultan razonables y tienen como objetivo eliminar el riesgo de confusión en la atención a los clientes de la comercializadora en el mercado regulado, aún en ausencia de formalizar un código de conducta o instrumento similar.
- La sociedad no hace referencia alguna a la implementación de mecanismos de control o supervisión de las medidas que han sido finalmente formalizadas, tal y como se menciona en la Resolución de 23 de mayo de 2019, en la que se señala que las interesadas han desarrollar la propuesta general *“procediendo a concretar la misma de manera que se traduzca en medidas y procedimientos específicos de distinta naturaleza destinados a garantizar que no exista riesgo de confusión en la información accesible por los consumidores en los espacios físicos en los que se ofrece atención presencial conjunta para clientes de las comercializadoras libres y reguladas del grupo de sociedades, como serían: (...)desarrollo de mecanismos de control o supervisión en relación al cumplimiento de las medidas materializadas, etc.”*

Si bien se trata de recomendaciones o sugerencias de actuación a la hora de concretar medidas por parte de los interesados, la CNMC considera que la adopción de cautelas por parte de la sociedad destinadas a supervisar el cumplimiento de los procedimientos o, en su caso, de las pautas de actuación que se indiquen a los agentes comerciales, en el caso de no haberse previsto, constituye una herramienta útil para el control de los mismos y presuponen diligencia respecto de la efectividad y ejecución de aquellos, permitiendo identificar incumplimientos o deficiencias, así como su posterior corrección o mejora, con independencia de las condiciones concretas en las que se desarrolle la atención presencial al disponer de una única oficina comercial.

- Finalmente, las medidas expuestas se han materializado en el plazo establecido al efecto, atendiendo a la información facilitada por la sociedad.

CONCLUSIÓN

Del análisis realizado se concluye que ENERGÍA CEUTA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A. ha adoptado las medidas

analizadas en la Resolución de 23 de mayo de 2019 al efecto y ha desarrollado medidas específicas atendiendo a los términos y directrices recogidos en la misma, para adaptarse a las exigencias previstas en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018. No obstante, se considera recomendable, si no se hubiera previsto, la adopción de cautelas destinadas a supervisar el cumplimiento de los procedimientos o, en su caso, de las pautas de actuación que se indiquen a los agentes comerciales, por constituir herramientas útiles para el control de los mismos y presuponen diligencia respecto de su efectividad y ejecución, permitiendo identificar incumplimientos o deficiencias, así como su posterior corrección o mejora.

5.1.3 Medidas formalizadas por la comercializadora de referencia ENERGÍA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.L.

La comercializadora de referencia de ámbito nacional del GRUPO ENDESA trasladó a la CNMC para valoración las siguientes propuestas de actuación:

“ ...

- (i) *Los cambios necesarios desde el punto de vista de la presentación de marca e imagen de marca serán, en su caso, incorporados en una nueva web de Endesa Energía XXI, S.L.U. y sobre la que se está actualmente trabajando. Los dominios registrados serían, en su caso, los siguientes: energiaXXI.es/energiaXXI.com. Dicha modificación quedará, a su vez, reflejada en todos los canales de comunicación con el consumidor.*

Adviértase, en todo caso, que dicho proyecto está necesariamente condicionado por la valoración que la CNMC realice de la propuesta de cambio en la presentación e imagen de marca aquí realizada”.

Como ya se ha señalado, la CNMC concluyó, en su Resolución de 23 de mayo de 2019 al efecto, que estas propuestas resultarían consistentes con las medidas requeridas en la decisión jurídicamente vinculante, requiriendo la concreción de las disposiciones generales mediante el desarrollo de medidas específicas, atendiendo a los términos y directrices recogidos en la Resolución.

En el marco del presente expediente de supervisión, la sociedad ha comunicado la formalización de las siguientes medidas, según el requerimiento realizado por la CNMC:

- ausencia de vínculos ni referencias entre la nueva web de la comercializadora de referencia y otras webs de comercializadoras del grupo, ni entre las App de estas sociedades.
- La web de la comercializadora de referencia no contiene datos de contacto de comercializadoras que operan en el segmento libre del mercado, refiriéndose, únicamente, a sus canales propios de comunicación (<https://www.energiaxxi.com/atencion-cliente>).
- Cuenta de e-mail específica y propia del segmento regulado del mercado (atencionalcliente_exxi@energiaxxi.com).

- Anulación de la ruta que dirigía desde la comercializadora en el mercado libre a información sobre la tarifa regulada, actualmente no operativa (<https://www.endesaclientes.com/tarifasreguladas>).
- Tanto en el área privada de la web, como en la App, se ha procedido a introducir la nueva marca y denominación social ENERGÍA XXI sin que exista ningún vínculo o referencia a otras sociedades del grupo que comercializan gas y electricidad.
- Los clientes de ENERGÍA XXI cuentan con un área privada a la que acceden desde la web de la sociedad.
- El cliente puede descargar la App de ENERGÍA XXI desde la web de la comercializadora de referencia, siendo la ruta distinta de la fijada para la descarga de la App de la comercializadora en el mercado libre que se realiza desde la web de esa sociedad.
- Respecto del reflejo en todos los canales de comunicación de la nueva denominación social y marca: implementación en canales digitales (página web, área cliente web y App); adaptación de todas las comunicaciones escritas con los clientes, incluyendo correos electrónicos, y modificación de todas las locuciones telefónicas en el teléfono de atención al cliente.
- Respecto de la atención presencial al cliente de la comercializadora regulada en oficinas de atención conjunta con la comercializadora en el mercado libre:
 - actualización de la imagen exterior de todos los canales presenciales incorporando el logo de la nueva comercializadora de referencia y cartelería interior referenciada a ENERGÍA XXI;
 - adaptación de las herramientas telemáticas para un correcto direccionamiento de las consultas (sistema de gestión de turnos para seleccionar la empresa comercializadora, con identificación en *display* e instalación de dispositivos de autoservicio *-e-services*) con identificación de comercializadora) y
 - desarrollo de un procedimiento de atención al objeto de garantizar una identificación de la comercializadora de referencia frente a la comercializadora libre.
- Difusión de las medidas mediante una campaña de información a numerosos organismos de ámbito nacional y autonómico, en particular, en aquellas CCAA en las que ENERGÍA XXI está presente.

Para acreditar la adopción de las anteriores medidas, la sociedad adjunta diversa documentación, entre otra, enlaces en web, audios de locuciones y modelos de comunicación escrita, documentación gráfica y presentación sobre procedimientos implementados.

Respecto de las medidas implementadas, proceden las siguientes consideraciones por parte de la CNMC:

- La sociedad ha formalizado las medidas que fueron presentadas, ajustándose el dominio vinculado a la nueva web de la comercializadora de

referencia al propuesto, también empleado como dominio para los correos electrónicos de la sociedad.

- Las medidas concretas adoptadas en relación a la página web independiente se ajustan a los criterios exigidos por la CNMC en su Resolución de 23 de mayo de 2019, haciendo extensiva esta conclusión a las medidas respecto del área cliente en la web de comercializadora de referencia, App, oficinas comerciales y comunicaciones con el cliente a través del resto de canales.
- Señala la sociedad que los clientes de ENERGÍA XXI disponen de un área privada a la que acceden desde la web de la sociedad y de la posibilidad de descargarse la App de ENERGÍA XXI a través de la web de la sociedad, sin indicar procedimiento alguno de gestión conjunta de los contratos, con independencia de la sociedad comercializadora a la que correspondan, cumpliendo así con las directrices ofrecidas por la CNMC en su Resolución de 23 de mayo de 2019¹³.
- Si bien la sociedad no refiere el desarrollo de un código de conducta que han de suscribir los agentes comerciales, comunica la implementación de un procedimiento de atención **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** para garantizar una identificación de la comercializadora de referencia frente a la comercializadora libre, coincidiendo con el cambio de denominación social.

Se ha verificado que tal protocolo incorpora información sobre las diferencias entre los mercados libre y regulado, pautas y pasos para la atención diferenciada de gestiones en el mercado libre y en el regulado, así como disposiciones concretas destinadas a evitar la confusión al consumidor durante la atención comercial, como son el consentimiento del cliente COR para ser asesorado sobre productos y servicios en el mercado libre (por escrito en caso de materializarse una contratación); la prohibición de tal asesoramiento a clientes con bono social y, en caso de traspaso de mercado regulado a libre, solicitud de los datos del cliente, atendiendo a que son dos sociedades distintas.

En virtud de su contenido, se considera que con este protocolo de atención se establece un procedimiento en la actuación de los agentes comerciales con la finalidad de evitar riesgo de confusión en la atención a los clientes de la comercializadora que opera en el mercado regulado.

- La sociedad no hace referencia a la implementación de mecanismos de control o supervisión de los procedimientos formalizados, o instrumentos similares, considerando la CNMC recomendable, si no se hubiera previsto, la adopción de cautelas destinadas a la supervisión del cumplimiento de los

¹³ En la Resolución de 23 de mayo de 2019 sobre las medidas propuestas por las sociedades del GRUPO ENDESA se señala que, en caso de implementación de herramientas para facilitar a sus clientes la realización de gestiones online (web privada o App), a los efectos de ajustarse a la decisión jurídicamente vinculante, la CNMC considera que aquellas han de desarrollarse **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

- mismos, en tanto en cuanto, se trata de una herramienta útil para garantizar su ejecución y presupone diligencia respecto de la efectividad y materialización de los mismos, permitiendo, además, identificar posibles incumplimientos o deficiencias, así como su posterior corrección o mejora.
- ENERGÍA XXI ha informado, en el marco del presente expediente, que su web no contiene datos de contacto de comercializadoras que operan en el segmento libre del mercado, cumpliendo con la exigencia recogida en la Resolución de 6 de septiembre de 2018, así como la inoperatividad del enlace que fue detectado desde www.endesaclientes.com al mercado regulado, de manera que no existen vínculos en sentido contrario, tal y como se requiere en la Resolución de 23 de mayo de 2019¹⁴.
 - Atendiendo a la información disponible, se concluye favorablemente respecto del plazo de formalización de las medidas.

CONCLUSIÓN

Del análisis realizado se concluye que ENERGÍA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.L. ha adoptado las medidas que fueron analizadas en la Resolución de 23 de mayo de 2019 al efecto y ha desarrollado medidas específicas atendiendo a los términos y directrices señalados en la misma, para adaptarse a las exigencias previstas en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018. No obstante lo anterior, la CNMC considera recomendable, si no se hubiera previsto, la adopción de cautelas por parte de la sociedad destinadas a supervisar el cumplimiento de los procedimientos formalizados, en tanto en cuanto, se trata de una herramienta útil para garantizar su ejecución y presuponen diligencia respecto de la efectividad y materialización de los mismos, permitiendo, además, identificar posibles incumplimientos o deficiencias, así como su posterior corrección o mejora.

5.2 MEDIDAS IMPLEMENTADAS POR LAS SOCIEDADES DEL GRUPO EDP

5.2.1 Medidas formalizadas por la distribuidora eléctrica HIDROCANTÁBRICO DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U.

La Resolución de 23 de mayo de 2019 sobre las propuestas presentadas por las sociedades del GRUPO EDP concluye que las realizadas por

¹⁴ Concretamente, en la Resolución de 23 de mayo de 2019, sobre las medidas propuestas por las sociedades del GRUPO ENDESA para ajustarse a las exigencias de la decisión jurídicamente vinculante, se indica que "(...) la CNMC considera que habrían de evitarse vínculos también en sentido contrario (desde la web de la comercializadora del grupo a la web de la interesada), evitando que se aporte información sobre canales de contacto (teléfono o dirección de correo electrónico) asociados a sociedades que desarrollen actividades ajenas a las llevadas a cabo por la sociedad vinculada al portal web en el que se encuentre el consumidor, a los efectos de evitar confusión respecto de al identidad propia de cada sociedad y sus actividades."

HIDROCANTÁBRICO DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U. se ajustarían a las exigencias previstas en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018, no incorporando requerimiento de actuación alguno. Tales propuestas consistían en la modificación de la imagen de marca en la web existente y en todas las comunicaciones escritas, en la eliminación de los vínculos entre la web institucional y la web de la distribuidora y la adaptación progresiva del vestuario de los trabajadores y rótulos a la nueva marca.

En el marco del presente expediente de supervisión, la CNMC ha solicitado a dicha sociedad confirmación de la materialización de las medidas propuestas, respondiendo la sociedad a las cuestiones concretas planteadas en los siguientes términos:

- actualización de la web previa (www.edphcenergia.es) ajustándose a la nueva marca (www.eredesdistribucion.es), eliminándose los vínculos entre esta web y la web institucional¹⁵, además de actualizar con la nueva marca todos los formularios y documentos disponibles en la misma y en el área privada de clientes.
- Inclusión de la nueva imagen de marca en todas las comunicaciones escritas a los clientes.
- Todos las direcciones de correo electrónico de HCDE que ya existían, tanto individuales como genéricas, han cambiado el dominio anterior (“edpenergia.es”) por el nuevo dominio (“eredesdistribucion.es”).
- Incorporación de la nueva marca al vestuario de los trabajadores.
- Sustitución de los rótulos en edificios y coches.
- No existe previsión del desarrollo de App para la sociedad.

Para acreditar la adopción de las anteriores medidas, la sociedad adjunta diversa documentación, entre otra, documentación gráfica, capturas de pantalla de la web y copia de nuevos formatos para comunicación escrita.

De la información y documentación aportada, se deduce que la sociedad ha materializado las medidas que fueron valoradas por la CNMC y en los términos que fueron propuestos. Asimismo, se concluye favorablemente respecto del plazo de implementación de las mismas.

CONCLUSIÓN

Del análisis realizado se concluye que la sociedad HIDROCANTÁBRICO DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U. ha materializado las medidas propuestas

¹⁵ La Resolución de 6 de septiembre de 2018 exponía la existencia de vinculación a la distribuidora desde la página del GRUPO EDP ENERGIA (<http://www.edpenergia.es/institucional/es/actividades/distribucion-electrica/>), mantenida posteriormente en el enlace <http://www.edpenergia.es/institucional/es/distribucion-calidad.html>.

y analizadas por la CNMC en la Resolución de 23 de mayo de 2019 al efecto, en los términos expuestos en la misma, para adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018.

5.2.2 Medidas formalizadas por la comercializadora de referencia BASER COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A.

Con carácter previo al análisis de las medidas implementadas por la sociedad, procede señalarse que, recientemente, ha sido aprobada por la Comisión Europea (agosto 2020) la operación de concentración que supone la adquisición de la sociedad EDP COMERCIALIZADORA por parte de TOTAL SE, traspasando así parte de su negocio comercial en España, concretamente, aquel vinculado a clientes domésticos, operación que se completa con el negocio de BASER, según fue anunciado ¹⁶.

La Resolución de 23 de mayo de 2019 de la CNMC, sobre las medidas propuestas por las sociedades del GRUPO EDP para adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante, concluye favorablemente respecto de las propuestas realizadas por la comercializadora de referencia del grupo, requiriendo a la misma, no obstante, actuaciones concretas en relación al desarrollo de herramientas de gestión *online*, extensiva al desarrollo de App, si fuera de aplicación, y realiza recomendaciones en cuanto a la identificación interior de las oficinas de atención presencial, el desarrollo de un código de conducta destinado a los agentes/delegados comerciales y la adaptación de los instrumentos de supervisión ya implementados por la sociedad¹⁷.

¹⁶ EDP ENERGÍA, S.A.U. y EDP COMERCIALIZADORA, S.A.U. desarrollan actividades de comercialización dentro del GRUPO EDP.

Mediante esta operación EDP traspasa a TOTAL parte de su negocio comercial en España (el negocio comercial B2C, clientes residenciales), así como su participación del 50% en CHC Energía.

https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases1/202036/m9878_49_3.pdf

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/05/18/companias/1589786271_768863.html

<https://espana.edp.com/es/noticias/2020/05/18/edp-acuerda-la-venta-de-ciclos-combinados-y-una-parte-de-la-cartera-comercial>

¹⁷ Señala el Acuerdo de la misma:

“Cuarta. Declarar que las propuestas de actuación realizadas por la interesada EDP COMERCIALIZADORA DE ÚLTIMO RECURSO, S.A., a los efectos de cumplir con la medida consistente en no crear confusión en la información que remitan o intercambien con el consumidor medio, respecto a la identidad de la filial de su mismo grupo que realice la actividad de comercialización, se ajustarían a las exigencias previstas en la Resolución de la CNMC de 6 de septiembre de 2018, en los términos expuestos en la letra b) del apartado tercero de los Fundamentos de Derecho Jurídico-Materiales de la presente Resolución y requerir a dicha empresa que se implementen las actuaciones señaladas en cuanto [INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL] Asimismo, recomendar a dicha sociedad que se acometan las actuaciones señaladas en el citado apartado, en relación con las propuestas vinculadas [INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL] a los efectos de completar las mismas.”

En cuanto al desarrollo de herramientas de gestión *online*, la comercializadora de referencia confirmaba la existencia en su nueva web de un área privada de clientes, **[INICIO CONFIDENCIAL]**

[FIN CONFIDENCIAL]

Al requerimiento de información practicado por la CNMC en el marco del presente expediente de supervisión, la sociedad ha puesto de manifiesto las siguientes medidas:

- inclusión de la nueva denominación social e imagen de marca en todas las comunicaciones escritas que se remiten a los clientes.
- Adaptación de las locuciones telefónicas y los procedimientos de atención de llamadas a la nueva denominación.
- Materialización de las líneas telefónicas anunciadas.
- Creación de direcciones de email específicas e independientes para atención al cliente y reclamaciones, con dominio “baser”.
- Ausencia de vínculos desde la nueva web www.basercor.es a la web de la comercializadora libre del grupo y a la web institucional, ni enlaces o vínculos desde la web de la comercializadora en el mercado libre a la web BASER.
- No existe posibilidad de acceder a los datos de contacto de las comercializadoras libres del grupo desde la web COR.
- Desarrollo de áreas privadas separadas por comercializadora, libre y de referencia, en los términos propuestos por la CNMC en la Resolución de 23 de mayo de 2019, de modo que las rutas y claves de acceso, vistas, información disponible y gestiones están totalmente separadas y no hay ningún tipo de operativa conjunta.
- Las oficinas comerciales que prestan servicio a clientes en el mercado regulado se identifican en la web BASER y disponen elementos destinados a la identificación BASER, tanto en el exterior como en el interior, así como de un sistema de redireccionamiento de clientes para discriminar si el cliente es BASER o del mercado libre.
- Los agentes comerciales de estas oficinas siguen protocolos de recepción de clientes para distinguir si son de BASER o de mercado libre, así como protocolos de actuación diferenciados para mercado libre y regulado, que aseguran que los clientes de BASER no reciben ofertas a mercado libre.
- Si bien no se ha desarrollado un código específico a suscribir por los agentes comerciales en las oficinas de atención presencial que recoja los compromisos concretos con la finalidad de garantizar una atención totalmente diferenciada a los consumidores del mercado regulado, la atención totalmente diferenciada a los consumidores del mercado regulado se asegura a través de los protocolos de inicio de visita y actuación

anteriores, complementados con un “estándar de calidad” que se monitoriza a través del servicio de *Mystery Shopper*.

- En cuanto a mecanismos de supervisión de la actuación de los agentes comerciales en los puntos de atención, respecto del cumplimiento de los procedimientos establecidos para una atención diferenciada de los clientes por mercado (libre o regulado), además de los instrumentos de valoración de los agentes comerciales y la satisfacción del cliente y las acciones de *Mystery Shopping*, **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** la realización de un *Mystery Shopping* anual específico para controlar la actuación de los agentes de BASER.
- Confirmación de la ausencia de desarrollo, ni previsión, de una App exclusiva para los clientes BASER.

A los efectos de acreditar las medidas adoptadas, la sociedad ha remitido diversa documentación, entre otra, capturas de pantalla, nuevos modelos para la comunicación escrita, transcripción de locución, copia de facturas, enlaces en web, documentación gráfica y copia de los diversos protocolos desarrollados.

Con respecto a las medidas anteriores, la CNMC realiza las siguientes consideraciones:

- Se ha formalizado el acceso al área clientes atendiendo al requerimiento realizado por la CNMC, evitando plataformas de gestión común.
- Se ha atendido la recomendación realizada por la CNMC en relación con la identificación interior de las oficinas de atención presencial.
- Se han formalizado el resto de medidas propuestas por la sociedad y valoradas por la CNMC en los términos que fueron expuestos.
- Respecto de la recomendación practicada por la CNMC en su Resolución de 23 de mayo de 2019, consistente en la elaboración de un código de conducta, o procedimiento similar, a suscribir por los agentes comerciales en las oficinas de atención presencial que recoja compromisos concretos con la finalidad de garantizar una atención totalmente diferenciada a los clientes del mercado regulado y reducir el riesgo de confusión en la información ofrecida respecto de la comercializadora del grupo que opera en el mercado libre, si bien BASER señala que no se ha desarrollado un código de conducta específico, sí manifiesta el desarrollo de protocolos de recepción y actuación que han de seguir los agentes comerciales en las oficinas comerciales.

Se ha verificado que estos protocolos incorporan medidas con el objetivo de identificar a qué mercado corresponde la gestión y cautelas en cuanto al asesoramiento de clientes BASER (informar sobre las comercializadoras en el mercado libre solo si lo requiere el cliente y en caso de cambio al mercado libre, medidas sobre la información que puede ofrecerse, sobre las comercializadoras existentes en el mercado libre, cauces de contacto, ...) Asimismo, se han definido también protocolos para regular la atención telefónica, recogiendo disposiciones para la gestión diferenciada de la

consulta. Atendiendo a lo expuesto, la CNMC considera que la sociedad ha previsto cautelas destinadas a evitar la confusión entre comercializadoras en la información que los agentes comerciales ofrecen a los clientes.

- La CNMC recomendó en su Resolución de 23 de mayo de 2019 la adaptación de los instrumentos de supervisión de los agentes comerciales existentes a dicha fecha, incluyendo actuaciones específicas destinadas a detectar posibles irregularidades en relación con la exigencia concreta de una atención e información totalmente diferenciada e inequívoca a los clientes de la comercializadora de referencia respecto de la comercializadora del grupo, más allá de la verificación de buenas prácticas de carácter comercial, lo que permitiría la vigilancia de las medidas activadas al respecto.

Las medidas que habían sido reportadas y analizadas en esa Resolución consistían en la valoración de los agentes comerciales y de la satisfacción del cliente en su visita a la oficina comercial mediante encuesta e-mail y comprobación periódica del cumplimiento de atención al cliente y calidad de la misma a través de acciones de *Mystery Shopping*, **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

En el marco del presente expediente, se completa la información anterior señalando **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** *Mystery Shopping* anual específico para controlar la actuación de los agentes de BASER.

De la documentación facilitada por la sociedad se deriva que las actuaciones se mantienen centradas en aspectos sobre la atención comercial sin incorporar, de forma expresa, aspectos concretos relacionados con disposiciones en los protocolos que aseguran la atención diferenciada de los clientes BASER respecto de los clientes de la comercializadora del grupo en el mercado libre. Por lo tanto, se mantiene la recomendación realizada en la Resolución de 23 de mayo de 2019 a este respecto.

- Finalmente, de la información disponible, se concluye favorablemente respecto del plazo de formalización de las medidas.

CONCLUSIÓN

Del análisis realizado se concluye que la sociedad BASER COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A. ha adoptado las medidas analizadas en la Resolución de la CNMC de 23 de mayo de 2019 al efecto, en los términos expuestos en la misma y atendiendo a los requerimientos de actuación, para adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018. Asimismo, se concluye que se han formalizado medidas en línea con las recomendaciones que fueron realizadas. No obstante lo anterior, se mantiene la recomendación que en dicha Resolución se realiza sobre los instrumentos de supervisión de la actuación de los agentes comerciales

vigentes, incluyendo actuaciones específicas destinadas a detectar posibles irregularidades en relación con la exigencia concreta de una atención e información totalmente diferenciada e inequívoca a los clientes de la comercializadora de referencia respecto de la comercializadora del grupo, más allá de la verificación de buenas prácticas de carácter comercial.

5.3 MEDIDAS IMPLEMENTADAS POR LA COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA DEL GRUPO CHC

La Resolución de la CNMC de 23 de mayo de 2019 sobre las medidas propuestas por la comercializadora de referencia del GRUPO CHC concluye favorablemente sobre las propuestas planteadas y requiere a la sociedad actuaciones concretas que afectan al área de cliente en su web corporativa, si no se hubieran previsto, considerando además apropiada la incorporación en el código de conducta a suscribir por los agentes comerciales de medidas adicionales a las previstas por la sociedad.¹⁸

COR ENERGÉTICO ha comunicado la adopción de las siguientes medidas, atendiendo a la información concreta solicitada por la CNMC en el marco del presente expediente:

- La nueva web de la comercializadora de referencia no incluye mención a CIDE HCEnergía, S.A.¹⁹ (comercializadora en el mercado libre) como su accionista único y no incorpora datos de contacto sobre esa sociedad, ni puede accederse a los mismos a través del buscador, ni incluye referencia o vínculo a la web de la comercializadora libre.
- El Área Cliente en la web de COR ENERGÉTICO solo permite la consulta de los contratos de mercado regulado. Si el cliente tiene contratos, tanto en el mercado libre como en mercado regulado, deberá gestionar su alta en el área cliente en la web de cada comercializadora.

¹⁸ Señala la citada Resolución:

“Tercera. Respecto de las propuestas de actuación realizadas por la interesada CHC COMERCIALIZADOR DE REFERENCIA, S.L.U., a los efectos de cumplir con la medida consistente en no crear confusión en la información que remitan o intercambien con el consumidor medio respecto a la identidad de la filial de su mismo grupo que realice la actividad de comercialización, declarar que aquellas se ajustarían a las exigencias previstas en la Resolución de la CNMC de 6 de septiembre de 2018 y requerir a dicha empresa que se acometan las actuaciones señaladas en el apartado tercero de los Fundamentos de Derecho Jurídico-Materiales de la presente Resolución en relación con las propuestas vinculadas al [INICIO CONFIDENCIAL][FIN CONFIDENCIAL] si no se hubieran ya previsto. Asimismo, se valora positivamente [INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL] en los términos expuestos en el citado apartado, a los efectos de completar las disposiciones propuestas.”

¹⁹ La Comisión Europea ha autorizado en agosto 2020 la venta por parte de EDP de su participación del 50% en CHC Energía a TOTAL, junto con la venta de parte del negocio de comercialización de gas y electricidad (Asunto M.9878- Total/EDP Comercializadora).

- Modificación de los contratos de suministro y formularios incluyendo la nueva presentación e imagen de marca, que también se incorpora en todas las comunicaciones escritas y electrónicas con el cliente.
- Creación de nuevas direcciones de correo electrónico con dominio independiente (@corenergetico.es) destinadas a la atención al cliente y comunicaciones con organismos públicos.
- Los delegados comerciales que colaboran con el GRUPO CHC han sido informados de la conveniencia de solicitar un correo con dominio @corenergetico.es para su uso en la atención al cliente para cuestiones relativas al mercado regulado. Estos colaboradores utilizan habitualmente herramientas propias de correo, en algunos casos con dominios propios, por lo que *“son reacios al uso de un correo con dominio @corenergetico.es”*, siendo informados de que *“deben utilizar una dirección de correo, diferente de la empleada para la comercialización libre, con uso exclusivo para comunicaciones de mercado regulado”*.
- Adaptación de mensajes y locuciones de las líneas de atención al cliente y reclamaciones a la nueva sociedad.
- Remisión a todas las oficinas de los delegados comerciales que colaboran con COR ENERGÉTICO de los elementos diferenciadores de ambas comercializadoras y mercados, según el plan de medidas inicialmente propuesto.
- Se mantiene la diferenciación de sistemas informáticos utilizados por el personal de atención al cliente por sociedad (libre y regulada), según propuesta.
- Formación especializada a los distintos canales de atención con manuales y procedimientos adaptados a la Resolución de la CNMC.
- Se confirma que no se ha implementado ningún sistema para la selección telemática en las oficinas de atención presencial, identificando el cliente en la oficina su necesidad y siendo direccionado a su comercializadora sin necesidad de cita previa, según se señaló en el plan de actuación inicial.
- Elaboración de un código de conducta a suscribir por los agentes comerciales en las oficinas de atención presencial.
- Respecto de instrumentos de supervisión de la actuación de los agentes comerciales en los puntos de atención, implementación de medidas consistentes en:
 - Realización de visitas de oficinas comerciales para verificar si la atención comercial que se presta presencialmente y/o telefónicamente cumple con los procedimientos establecidos, indicando que esta medida será llevar a cabo también a lo largo de 2020.
 - Desde GRUPO CHC se efectúa análisis y seguimiento de las reclamaciones de clientes relativas a la atención presencial, con el objetivo de reforzar el cumplimiento adecuado del proceso de diferenciación entre comercializadoras en caso de detectarse incidencias, sin que se haya recibido ninguna reclamación de este tipo hasta el momento.

- Definición de procedimientos, estándares de calidad y forma de comunicación y almacenamiento de los resultados derivados de llamadas de comprobación a las oficinas comerciales.
- No se ha desarrollado App vinculada al comercializador del mercado regulado.

A los efectos de acreditar las medidas, la sociedad adjunta diversa documentación, entre otra, copia de nuevo modelo de contrato, presentación interna (parcial) sobre las obligaciones derivadas del cumplimiento de la decisión jurídicamente vinculante y copia del código de atención al cliente.

Con respecto a las medidas anteriores, la CNMC realiza las siguientes consideraciones:

- Las medidas formalizadas se ajustan a las propuestas que fueron valoradas por la CNMC, incluyendo los dominios vinculados a la nueva web y a las direcciones de correo electrónico.
- Respecto del desarrollo del área de cliente en la nueva web de la comercializadora regulada, la CNMC requirió en la Resolución de 23 de mayo de 2019, si no se hubiera previsto, la adopción de medidas adicionales a las propuestas (identificación con nombre, logo y estilo del comercializador regulado), entre otras, el establecimiento de restricciones de acceso a clientes de la comercializadora del grupo o ausencia de información sobre servicios de la comercializadora del grupo mientras se opera en área de clientes de la comercializadora de referencia y viceversa, evitando, en cualquier caso, el desarrollo de una plataforma de gestión única que permita realizar operaciones asociadas a todos los puntos de suministro, vinculados a la comercializadora de referencia o a la comercializadora libre del grupo, escenario que no eliminaría el riesgo de confusión exigido. A la vista de la información remitida por la sociedad, tales recomendaciones han sido implementadas.
- En cuanto al uso de dominios de los correos electrónicos por parte de los delegados comerciales que colaboran con COR ENERGÉTICO, la sociedad afirma que se les ha trasladado la conveniencia de solicitar un correo con dominio @corenergetico para su uso en gestiones vinculadas al negocio regulado, si bien, señala que, en algunos casos, los delegados utilizan herramientas propias de correo (en ocasiones con dominios propios) lo que les hace reticentes al uso del citado dominio creado para COR ENERGÉTICO. Ante tal situación, COR ENERGÉTICO les ha informado del deber de utilizar direcciones diferentes para las gestiones de mercado libre y regulado.

COR ENERGÉTICO adjunta parte de un manual que ha elaborado sobre la resolución vinculante de la CNMC y el plan de acción asociado en el que se indica la obligación anterior señalada, especificando que en la relación con los clientes han de utilizarse direcciones de email diferenciadas para el

mercado libre y el regulado, prohibiendo el uso del dominio @chcenergia.es en gestiones con clientes del mercado regulado. Asimismo, entre las obligaciones de los Delegados COR, se dispone la atención totalmente diferenciada a los consumidores del mercado regulado, así como no crear confusión con la actividad del mercado libre.

Por otro lado, el Código de Conducta de atención al cliente elaborado por COR ENERGÉTICO es de obligado cumplimiento para los delegados comerciales y requiere que estos cumplirán con las normas previstas en el mismo, así como con la normativa interna de comercialización para consumidores en el mercado regulado. Recoge una disposición destinada a la verificación del cumplimiento del código por parte de la sociedad y de los delegados, señalando que podrá establecerse anualmente un plan específico de supervisión del código y las consecuencias derivadas de su incumplimiento.

La decisión jurídicamente vinculante obliga a las interesadas a cumplir con la disposición consistente en no crear confusión en la información que remitan o intercambien con el consumidor por cualquier canal, incluyendo la vía telemática, señalando que en la información debe quedar diferenciada e inequívocamente identificada la empresa interesada respecto de la comercializadora del grupo en el mercado libre. Señala también que para el cumplimiento efectivo de esta medida, así como del resto de exigencias, *“la forma de instrumentar dicho cumplimiento efectivo es una decisión empresarial que decidirán las empresas afectadas y sus grupos”*.

Atendiendo a las medidas exigidas en la decisión jurídicamente vinculante, a la autonomía de las sociedades para su instrumentación y a las disposiciones concretas adoptadas por COR ENERGÉTICO, la CNMC considera que la sociedad ha formalizado medidas y cautelas con el objetivo de garantizar que, en caso de que los delegados comerciales utilicen direcciones de correo electrónico propias, esta situación cumpla con las obligaciones exigidas por la Resolución de 6 de septiembre de 2018 al respecto, lo que sucederá siempre que las direcciones de correo electrónico, que efectivamente se estén empleando, no induzcan a error o confusión al consumidor respecto del mercado al que corresponden las gestiones, libre o regulado. Esta particularidad, haría recomendable, a juicio de la CNMC, una tarea de supervisión por parte de COR ENERGÉTICO, en el caso de que esta supervisión no se hubiera ya previsto en el marco del control del cumplimiento del Código de Conducta de atención al cliente, con la finalidad de garantizar el efectivo cumplimiento de las obligaciones que la propia sociedad ha impuesto a los delegados comerciales en esta materia y que la excepción al uso del dominio @corenergetico.es resulte conforme a las exigencias de la decisión jurídicamente vinculante.

- Como se ha señalado, la comercializadora de referencia propuso la elaboración de un código de conducta a suscribir por los agentes comerciales en las oficinas de atención presencial, incorporando los compromisos concretos para garantizar una atención totalmente diferenciada a los consumidores del mercado regulado, atendiendo para ello a las sugerencias de la CNMC al respecto, concretamente, *“garantizar la gestión independiente de las consultas, limitación al uso de datos de los clientes y delimitación de ofertas a realizar.”*

Si bien la CNMC valoró positivamente esta propuesta, en la Resolución de 23 de mayo de 2019 al efecto se señala que se considera apropiado, para completar la misma, la introducción de todas aquellas medidas que la propia sociedad considerase pertinente, atendiendo a su experiencia comercial, sus procedimientos concretos de gestión, incidencias, derechos y obligaciones de los delegados comerciales, etc.

Se ha verificado que el código incluye las disposiciones que fueron inicialmente propuestas, así como otras adicionales atendiendo a la mencionada recomendación (obligación de ofrecer información veraz, clara y comprensible sobre las tarifas del mercado regulado; garantizar la gestión independiente de las consultas para evitar confusión con la comercializadora libre; la protección de los datos de estos consumidores; la disposición general destinada al control del cumplimiento del mismo, ...).

- En cuanto al plazo de formalización de las medidas analizadas, atendiendo a las consideraciones previas sobre este asunto, se concluye favorablemente.

CONCLUSIÓN

Del análisis realizado se concluye que la sociedad COMERCIALIZADOR DE REFERENCIA ENERGÉTICO, S.L.U. ha adoptado las medidas analizadas en la Resolución de la CNMC de 23 de mayo de 2019 al efecto, en los términos expuestos en la misma, y que ha formalizado medidas en línea con las recomendaciones que se realizaban, para adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018.

En relación a la utilización en los correos electrónicos de dominios propios por parte de delegados comerciales que colaboran con COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA ENERGÉTICO, S.L.U. (distintos de @corenergetico.es) para gestiones en el mercado regulado, la CNMC considera que las medidas adoptadas por esta sociedad se ajustarían a las obligaciones exigidas por las Resoluciones de 6 de septiembre de 2018 y de 23 de mayo de 2019, siempre que las direcciones de correo electrónico que efectivamente se estén empleando no induzcan a error o confusión al consumidor respecto de mercado al que corresponden. Esta particularidad, haría recomendable, a juicio de la CNMC, una tarea de supervisión por parte de COR ENERGÉTICO, en el caso de que esta supervisión no se hubiera ya previsto en el marco del control del cumplimiento

del Código de Conducta de atención al cliente, con la finalidad de garantizar el efectivo cumplimiento de las obligaciones que la propia sociedad ha impuesto a los delegados comerciales en esta materia y que la excepción al uso del dominio @coreenergetico.es resulte conforme a las exigencias de la decisión jurídicamente vinculante.

5.4 ANÁLISIS DE LAS MEDIDAS IMPLEMENTADAS POR LAS SOCIEDADES DEL GRUPO IBERDROLA

5.4.1 Medidas formalizadas por la distribuidora eléctrica i-DE REDES ELÉCTRICAS INTELIGENTES, S.A.U.

La distribuidora eléctrica del grupo IBERDROLA propuso la inclusión de la nueva presentación e imagen de marca en todas las comunicaciones con sus clientes, con independencia del canal empleado, actualizando el diseño y contenido de la App, la página web con nuevo dominio, comunicaciones por escrito con clientes, etc... Por su parte, respecto de la identificación de marca en ubicaciones, señaló la modificación de los elementos que sí fueran a tener una incidencia directa en la relación con el cliente, siguiendo el criterio señalado por la CNMC, así como la inclusión gradual de la nueva denominación social y/o el nuevo logo en todos los elementos e instalaciones de su red de distribución.

La CNMC, en la correspondiente Resolución de 23 de mayo de 2019, concluyó que estas propuestas se ajustarían a las exigencias previstas en la Resolución de 6 de septiembre de 2018, a los efectos de cumplir con la obligación de no crear confusión en la información que se remita o intercambie con el consumidor.

En el marco del presente expediente, i-DE REDES ELÉCTRICAS INTELIGENTES ha confirmado:

- Comunicación del cambio de marca y denominación social a clientes y comercializadoras y realización de una campaña de comunicación en medios para difundir la nueva marca.
- Adaptación y modificación de todos los canales de comunicación e interlocución con clientes a la nueva marca y denominación social: página web (área pública y área privada de acceso a clientes registrados); App; locución en atención telefónica y sistemas automáticos; nueva dirección de correo electrónico de atención al cliente y a comercializadoras con dominio @i-de.es y plantillas de cartas y e impresos para comunicaciones escritas.
- Inicio de los procesos necesarios para la renovación gradual de los vehículos de flota y ropa de trabajo de empleados con inclusión de la nueva imagen de marca, a pesar de no ser exigido por la CNMC al no intervenir en la relación directa con el cliente.
- Modificación gradual de todas aquellas instalaciones que, aún sin tener incidencia directa en la relación con el cliente, constituyen elementos propios

identificativos de su marca como es la cartelería de las instalaciones de su red de distribución, fundamentalmente, subestaciones eléctricas.

A los efectos de acreditar la adopción de las medidas expuestas, la sociedad adjunta diversa documentación, entre la que se encuentra información detallada sobre la campaña de difusión de los cambios de marca e imagen de marca, modelos de comunicación a los clientes y comercializadoras de los cambios adoptados, capturas de pantalla de web y App o las nuevas plantillas de documentos para comunicación con clientes.

Respecto de las medidas señaladas, la CNMC considera que suponen el cumplimiento de las propuestas formuladas por la sociedad, incluyendo el dominio propuesto y que fueron valoradas por la CNMC sin salvedades, incluyendo la modificación de elementos que no intervienen directamente en la relación directa con el cliente (vestuario empleados, vehículos, cartelería red de distribución,...), aún no siendo requerida esta medida, atendiendo al criterio señalado en la decisión jurídicamente vinculante. Asimismo, de la información disponible se deduce que las medidas se han formalizado en el plazo previsto al efecto.

CONCLUSIÓN

Del análisis realizado se concluye que la sociedad i-DE REDES ELÉCTRICAS INTELIGENTES, S.A.U. ha formalizado las medidas analizadas en la correspondiente Resolución de la CNMC de 23 de mayo de 2019, en los términos expuestos en la misma, al efecto de adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018.

5.4.2 Medidas formalizadas por la comercializadora de referencia/último recurso CURENERGÍA COMERCIALIZADOR DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U.

En la Resolución de 23 de mayo de 2019 sobre las medidas propuestas por las sociedades del GRUPO IBERDROLA, la CNMC concluye que las propuestas de actuación realizadas por la comercializadora de referencia del grupo, a los efectos de cumplir con la medida consistente en no crear confusión en la información que remitan o intercambien con el consumidor medio respecto a la identidad de la filial de su mismo grupo que realice la actividad de comercialización, se ajustarían a las exigencias previstas en la Resolución de la CNMC de 6 de septiembre de 2018 en los términos descritos en el apartado tercero, letra b) de los Fundamentos de Derecho Jurídico-Materiales y le requiere que se acometan las actuaciones señaladas, en relación con la implementación de sitios web de gestión contractual y aplicaciones para dispositivos móviles, en el caso de que no se hubieran previsto²⁰.

²⁰ Se concluye en la citada Resolución:

Concretamente, la CNMC indica que el área de cliente de la comercializadora de referencia/último recurso no habrá de incluir información sobre servicios de la comercializadora del grupo y viceversa, habiendo de adoptar esta medida en el caso de que no se hubiera previsto y que el criterio de operación diferenciada para las áreas privadas de clientes habrá de reproducirse en las App disponibles, adoptando las medidas al efecto si corresponde y no se hubieran previsto.

Asimismo, atendiendo a la petición realizada por la sociedad, la CNMC concede un plazo de cinco meses desde la notificación de la Resolución para la implementación completa de las medidas propuestas en relación al desarrollo de las áreas privadas de clientes en las páginas web de la comercializadora de referencia y la comercializadora del grupo y su comunicación a clientes.

Con fecha de entrada en el Registro telemático de la CNMC 5 de septiembre de 2019, la sociedad comunicó la modificación de su denominación social, los números telefónicos de atención al cliente, la nueva dirección de página web y enlace al bono social (www.curenergia.es y www.curenergia.es/bono-social), así como las nuevas direcciones de correo electrónico con dominio @curenergia.es, incorporando el documento la nueva imagen de marca de la sociedad, de acuerdo con las propuestas que fueron valoradas por la CNMC.

Posteriormente, en el marco del presente expediente de supervisión, se ha solicitado a la sociedad información sobre el resto de medidas que fueron propuestas y analizadas en la Resolución de la CNMC de 23 de mayo de 2019 al efecto, así como otras que hayan podido implementarse, respondiendo la sociedad en los siguientes términos a las cuestiones concretas planteadas:

- Incorporación de la nueva denominación social y marca CURENERGÍA en facturas a clientes, así como en todas las comunicaciones con clientes (modelos de contrato, página web y comunicaciones por carta, correo electrónico y sms).
- Comunicación previa del cambio de denominación social e imagen de marca en las facturas enviadas a sus clientes, así como simultánea al momento de cambio y posterior al mismo, durante un periodo de 5 meses.

“Tercera. Declarar que las propuestas de actuación realizadas por las interesadas IBERDROLA DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U. e IBERDROLA COMERCIALIZACIÓN DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U., a los efectos de cumplir con la medida consistente en no crear confusión en la información que remitan o intercambien con el consumidor medio respecto a la identidad de la filial de su mismo grupo que realice la actividad de comercialización, se ajustarán a las exigencias previstas en la Resolución de la CNMC de 6 de septiembre de 2018 en los términos descritos en el apartado tercero, letra b) de los Fundamentos de Derecho Jurídico- Materiales y requerir a IBERDROLA COMERCIALIZACIÓN DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U. que se acometan las actuaciones señaladas, en relación [INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL] en el caso de que no se hubieran previsto.”

- Respecto de medidas en el canal de atención presencial (puntos de atención que comparte con la comercializadora del grupo en el mercado libre):
 - identificación visual de su marca en los establecimientos (exterior e interior), así como diferenciación de la información de CURENERGÍA en folletos, cartería y demás documentos.
 - Actualización del **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]** que contiene un catálogo de buenas prácticas a seguir por los colaboradores comerciales y que incorpora directrices específicas sobre la no generación de confusión en la presentación de marca entre la COR y la comercializadora del grupo en el mercado libre, así como un protocolo dirigido a no crear confusión en la identidad e imagen de marca entre ambas sociedades, comunicando esta actualización a todos los establecimientos colaboradores para su conocimiento y puesta en práctica, sin cambios sustanciales respecto a la versión analizada por la CNMC. Igualmente sucede con el protocolo. En ambos casos solo hay cambios menores, de redacción y formato.
 - Adicionalmente, con el objetivo de transmitir fácilmente a los agentes comerciales el alcance de los principios básicos a seguir se ha elaborado un documento explicativo **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]** que se ha compartido con todos los colaboradores.
 - Se confirma que no se ha implementado ningún procedimiento de gestión de espera o direccionamiento de clientes por las razones que fueron señaladas en la propuesta inicial **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]**
 - Incorporación del Código de Conducta **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]** que ha de ser suscrito por los colaboradores.
 - Se han eliminado todas las referencias o enlaces en la página web de la comercializadora que opera en el mercado libre IBERDROLA CLIENTES, en adelante, IBERCLI) (www.iberdrola.es) hacia la página web de CURENERGÍA.

- Respecto de la materialización de la separación de los sitios web de gestión contractual de las comercializadoras en el mercado libre y regulado (espacio único virtual a la fecha de la Resolución de 23 de mayo de 2019):
 - Se deja constancia que *“se ha procedido a separar los sitios web de gestión contractual de CURENERGIA e IBERCLI para dar cumplimiento a la obligación de no crear confusión en la información que se remita o intercambie con el consumidor medio final doméstico de electricidad/gas natural, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, por cualquier canal de comunicación (telefónico, escrito, web, presencial), respecto a la identidad de las filiales de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización, de manera que los clientes de mercado libre solo puedan acceder a través del enlace en la web de IBERCLI y los*

- de comercialización de referencia/último recurso, únicamente a través de la nueva web de CURENERGIA”;*
- *“los consumidores domésticos deberán acceder al sitio web de la comercializadora con la que tengan suscrito el contrato que deseen gestionar, mediante su propio usuario y clave de acceso. Es decir, aquellos consumidores que, a un mismo tiempo, son titulares de contratos con IBERCLI y con IBERCUR (se entiende se refiere a CURENERGIA) tienen que entrar en el sitio web de cada compañía para poder ver los contratos que tienen con una y otra comercializadora (i.e. cada página web tiene sus propias áreas de cliente, a las que se accede con nombres de usuario y contraseña no necesariamente coincidentes)” y*
 - *el área de cliente de CURENERGÍA no incluye información sobre servicios y productos de IBERCLI y viceversa.*
- Respecto de la separación de los servicios de atención vía App para la gestión contractual de CURENERGÍA e IBERCLI, se deja constancia que se ha procedido a la misma, disponiendo cada sociedad de su propia aplicación móvil. Asimismo, en la aplicación de CURENERGÍA no hay ninguna referencia a IBERCLI y viceversa y se cumplen el resto de criterios de operación diferenciada expuestos para los sitios web de gestión contractual.

La sociedad manifiesta que ha implementado todas las medidas exigidas por la CNMC en sus Resoluciones de 6 de septiembre de 2018 y de 23 de mayo de 2019, dentro del plazo concedido para ello, sin que haya sido necesario adoptar medidas de carácter transitorio y sin que se hayan producido incidencias o modificaciones relevantes respecto de las inicialmente comprometidas por CURENERGÍA y valoradas por la CNMC.

CURENERGÍA incorpora en su escrito una consideración adicional sobre la situación singular que afectaría a una categoría concreta de clientes, denominados *“clientes profesionales”* **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]** al no considerarlos comprendidos en el ámbito subjetivo de aplicación de las Resoluciones de la CNMC de 6 de septiembre de 2018 y 23 de mayo de 2019, señalando además que disponen de un grado de conocimiento del mercado eléctrico superior al del consumidor medio final doméstico normalmente informado por lo que no requieren el mismo nivel de protección.

CURENERGÍA afirma que *“desde la implementación por las comercializadoras del grupo IBERDROLA de las medidas de protección exigidas por las Resoluciones de la CNMC 6 de septiembre de 2018 y de 23 de mayo de 2019,* **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]** *y, concretamente, solicita a la CNMC* **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]**

Esta solicitud adicional no es objeto de análisis y valoración en el presente informe de supervisión, habiéndose resuelto mediante la aprobación por parte de la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC de la *“Resolución sobre las*

medidas solicitadas por CURENERGÍA COMERCIALIZADOR DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U. (GRUPO IBERDROLA) en relación con el acceso al área cliente web/App por parte de los denominados “clientes profesionales”, atendiendo a lo dispuesto en las resoluciones de la CNMC de 6 de septiembre de 2018 y de 23 de mayo de 2019 sobre las obligaciones para los grupos verticalmente integrados de no crear confusión en la información, presentación e imagen de marca”, de 16 de julio de 2020²¹.

A los efectos de acreditar las medidas formalizadas, la sociedad adjunta diversa documentación, entre otra, copia de nuevos documentos y factura, capturas de pantalla, documentos gráficos de los puntos de venta y folletos informativos, copia de procedimientos internos y código ético y documento comparativo entre versión en vigor y la analizada por la CNMC, así como copia del contrato de colaboración con el colaborador.

Con respecto a las medidas expuestas, caben las siguientes consideraciones por parte de la CNMC:

- Se han adoptado las medidas que fueron propuestas y en los términos expuestos, incluyendo el dominio vinculado a la nueva web de la comercializadora de referencia.
- Respecto del documento explicativo **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** que se ha compartido con todos los colaboradores y del que se informa, se ha verificado que recoge disposiciones destinadas a una correcta atención comercial, así como otras destinadas a evitar confusión al cliente respecto de su contrato y su comercializadora como son informar al cliente sobre la empresa con la que tiene el contrato de suministro; realizar la gestión punto por punto de forma individualizada con identificación clara de la comercializadora vinculada al mismo, en caso de titularidad de varios puntos de suministro y ofrecer al cliente CUR información sobre servicios en el mercado liberalizado si lo solicita expresamente.
- Con respecto a vínculos entre páginas web de las distintas sociedades del grupo, CURENERGÍA manifiesta en su escrito de respuesta que se han eliminado todas las referencias o enlaces en la página web de IBERCLI, www.iberdrola.es, hacia la página de CURENERGÍA. No obstante lo anterior, la CNMC verificó que se encontraban entonces disponibles enlaces a la web de CURENERGÍA en entornos asociados a categorías de cliente distintas de los clientes domésticos (negocios, comunidades y empresas), **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

²¹ Mediante esta Resolución la CNMC acuerda “*Declarar que las propuestas planteadas por CURENERGÍA COMERCIALIZADOR DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U. [INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL] no se ajustarían a las exigencias previstas en las Resoluciones de la CNMC de 6 de septiembre de 2018 y 23 de mayo de 2019*”. (<https://www.cnmc.es/expedientes/djvde00118>)

La Resolución de la CNMC, de 16 de julio de 2020, sobre las propuestas formuladas por CURENERGÍA sobre el acceso al área cliente web/App por parte de los “clientes profesionales” incorpora el criterio CNMC respecto de los enlaces y vínculos entre páginas web señalando que **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** y resuelve que las propuestas planteadas por CURENERGÍA no se ajustarían a las exigencias de la decisión jurídicamente vinculante ni a las señaladas en la respectiva resolución de mayo de 2019.

Así, a la fecha del presente informe, se ha verificado la eliminación de los enlaces identificados desde la web de la comercializadora en el mercado libre IBERCLI a la comercializadora de referencia CURENERGÍA.

- De las manifestaciones realizadas por CURENERGÍA **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** se deduce el desarrollo de áreas de gestión contractual separadas para cada comercializadora y que no se mantienen plataformas de gestión conjunta en caso de que el cliente disponga de contratos, simultáneamente, en el mercado regulado y libre, cumpliendo así con la propuesta presentada y valorada por la CNMC favorablemente, en línea con el criterio establecido al efecto.
- En cuanto a mecanismos o instrumentos de supervisión de la actuación de los agentes en los puntos de atención en relación con el cumplimiento de los procedimientos establecidos para garantizar ausencia de confusión en la atención de los clientes, no se han producido modificaciones respecto de lo propuesto inicialmente, manteniendo la previsión de control del cumplimiento del Código de Conducta.
- La sociedad confirma que el área de cliente de CURENERGÍA no incluye información sobre servicios y productos de IBERCLI y viceversa y que este criterio se reproduce en el desarrollo de las App diferenciadas, en línea con lo expuesto en la Resolución de 23 de mayo de 2019.
- De la afirmación expresa de la sociedad, así como de la información disponible, se deduce que las medidas se han implementado dentro del plazo concedido al efecto.

CONCLUSIÓN

Del análisis realizado se concluye que la sociedad CURENERGÍA COMERCIALIZADOR DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U. ha adoptado las medidas analizadas en la Resolución de 23 de mayo de 2019 al efecto, en los términos expuestos en la misma y atendiendo, en su caso, a los requerimientos de actuación, para adaptarse a lo previsto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018.

5.5 MEDIDAS IMPLEMENTADAS POR LA SOCIEDAD COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA DEL GRUPO REPSOL

En la Resolución de 23 de mayo de 2019 sobre las propuestas de actuación realizadas por VIESGO COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.L.U. (ahora denominada RÉGSITI COMERCIALIZADORA REGULADA, S.L.U.) para cumplir con la medida consistente en no crear confusión en la información que remitan o intercambien con el consumidor, la CNMC concluye que las mismas se ajustarían a las exigencias previstas en la decisión jurídicamente vinculante y en los términos descritos en la misma, requiriendo, no obstante, que la sociedad acometa ciertas actuaciones relacionadas con la implementación de oficinas *online* y aplicaciones para dispositivos móviles, en el caso de que no se hubieran previsto, concretamente, que no se incluya información sobre servicios de la comercializadora del grupo y viceversa. Asimismo, se recomienda el desarrollo de un código de conducta que recoja compromisos concretos de los agentes comerciales para garantizar la atención e información totalmente diferenciada de los clientes del comercializador de referencia²².

En el marco del presente expediente de supervisión, la sociedad ha reportado la siguiente información:

- Respecto de las medidas en las oficinas de atención presencial conjunta:
 - *debranding*, de forma que los productos de RÉGSITI y los de la comercializadora en el mercado libre del grupo se ofrecen de forma separada y diferenciada con instrumentos de identificación diferenciados en la oficina (stands, corners, vinilos,...) e
 - implementación de modelos de contrato y de políticas de protección de datos completamente diferenciadas para cada una de las comercializadoras.
- Constitución de dominios web diferenciados para la comercializadora del mercado libre (<https://www.repsolluzygaz.com/>) y la del mercado regulado (<https://www.regsiti.com/>), sin referencia a VIESGO, ofreciendo cada sociedad sus productos y servicios, sin vínculos entre páginas web ni

²² Esta Resolución concluye:

“ **Tercera.** Declarar que las propuestas de actuación realizadas por la interesada VIESGO COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.L.U, a los efectos de cumplir con la medida consistente en no crear confusión en la información que remitan o intercambien con el consumidor medio respecto a la identidad de la filial de su mismo grupo que realice la actividad de comercialización, se ajustarían a las exigencias previstas en la Resolución de la CNMC de 6 de septiembre de 2018 en los términos descritos en el apartado tercero, letra b) de los Fundamentos de Derecho Jurídico-Materiales, y requerir a dicha empresa que se acometan las actuaciones señaladas, en relación con [INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL] en el caso de que no se hubieran previsto. Asimismo, recomendar que se acometa la actuación señalada en el citado apartado tercero, en relación con [INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]

- posibilidad de redireccionamiento de una página web a otra, identificándose cada sociedad con su marca e imagen de marca correspondiente.
- Desarrollo de dos Oficinas On-line diferenciadas²³, con dominios distintos y en las que se reproducen los aspectos exigidos por la Resolución de 23 de mayo de 2019 para las páginas web. La oficina online de RÉGSITI incluye imagen de marca y colores corporativos, acceso restringido a los clientes de la sociedad e imposibilidad de redireccionamiento entre las oficinas.
 - Desarrollo de una aplicación móvil independiente para los clientes de RÉGSITI, con su imagen y presentación de marca, a la que no se permite el acceso a los clientes de la comercializadora en el mercado libre y viceversa.
 - Implementación de dos dominios completamente diferenciados en los buzones de contacto con los clientes de ambas sociedades comercializadoras, siendo el dominio de buzones y direcciones de contacto de correo electrónico para la comercializadora de referencia @regsiti.com.
 - Se mantiene en vigor del procedimiento de actuación específico para todos los canales de atención al cliente del mercado regulado, en los términos que fue comunicado a la CNMC para su valoración, sin cambios en su contenido.
 - Respecto del mantenimiento de los instrumentos de supervisión de la actuación de los agentes comerciales en los puntos de atención que fueron propuestos (auditoría de ventas cruzada, cumplimiento de las pautas específicas para estas ventas, firma de documento de autorización, etc,...), se afirma que en el diseño y supervisión de los sistemas de contratación implementados se considera una prioridad la supervisión de que la comercialización se lleve a cabo de forma diferenciada.
 - Desarrollo de un código de conducta con carácter vinculante para los agentes comerciales relativo a compromisos concretos destinados a garantizar la atención e información totalmente diferenciada de los clientes del comercializador de referencia, atendiendo a la recomendación de la CNMC.
 - La marca diferenciada de RÉGSITI y la comercializadora en el mercado libre ha sido implementada en todas las políticas comerciales llevadas a cabo por ambas sociedades y se han abandonado las referencias transitorias a la marca VIESGO en ambas sociedades.

A los efectos de acreditar las medidas anteriores, la sociedad adjunta diversa documentación soporte como documentación gráfica de oficinas y elementos identificativos, copia de documentos elaborados ad hoc para la comercializadora de referencia, capturas de pantalla (páginas web, acceso a las Oficinas Online, App), audios sobre llamadas de auditoría y copia del código de conducta.

En relación con estas medidas, proceden las siguientes consideraciones por parte de la CNMC:

²³ <https://tuoficinaonline.regsiti.com/login> en la web del negocio regulado y <https://tuoficinaonline.repsolluzgygas.com/loein?ga=2.175545382.52569107.1567522075901719.182.1567522075> en la web de la comercializadora en el mercado libre

- Las medidas formalizadas se ajustan a las propuestas presentadas y analizadas por la CNMC, incluyendo los criterios respecto de los dominios para identificar la web y las direcciones de correo electrónico para la comercializadora de referencia.
- RÉGSITI confirma el desarrollo de las oficinas *online* en web atendiendo a los aspectos exigidos en la Resolución de la CNMC, extrapolables a las App, independientes y diferenciadas.
- RÉGSITI ha elaborado un Código de Conducta vinculante para los agentes comerciales que debe aplicarse a la hora de comercializar los productos y servicios de esta sociedad, atendiendo a la recomendación de la CNMC. Se ha verificado la inclusión en ese código de disposiciones concretas para evitar la confusión en la información que se ofrece al cliente, como son la prohibición de utilizar datos obtenidos por fuentes distintas de RÉGSITI en momentos distintos a la visita comercial para fines ajenos al objeto de la contratación y la prohibición de ofertar productos relacionados con la comercializadora de mercado libre, a no ser que el cliente lo solicite previamente, en cuyo caso se requiere cumplimentación de un documento específico de autorización. Además, prevé el compromiso de RÉGSITI, para todas las solicitudes de cambio de mercado regulado a libre, a realizar una auditoría a través de llamadas de verificación, confirmando los detalles de la contratación, así como la decisión de continuar con la misma.
- A partir de la información disponible, se concluye favorablemente respecto de la implementación de las medidas en el plazo al efecto.

CONCLUSIÓN

Del análisis realizado se concluye que la sociedad RÉGSITI COMERCIALIZADORA REGULADA, S.A.U. ha adoptado las medidas analizadas en la Resolución de 23 de mayo de 2019 al efecto, en los términos expuestos en la misma, atendiendo a las recomendaciones y, en su caso, a los requerimientos de actuación, para adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018.

5.6 MEDIDAS IMPLEMENTADAS POR LA COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA/ÚLTIMO RECURSO DEL GRUPO NATURGY

La Resolución de la CNMC de fecha 29 de octubre de 2019 analiza las propuestas sobre el nuevo modelo de tiendas y el acceso *online* de clientes, realizadas por COMERCIALIZADORA REGULADA, GAS & POWER, S.A., junto con la comercializadora del grupo en el mercado libre NATURGY IBERIA, S.A., en el marco del proyecto de separación de marca e imagen de marca acometido por el grupo para dar cumplimiento a la decisión jurídicamente vinculante y concluye que:

- las propuestas presentadas respecto de la atención presencial de clientes de la comercializadora regulada en las denominadas Tiendas NATURGY se

ajustarían a las exigencias previstas en la Resolución de 6 de septiembre de 2018 y,

- respecto de las propuestas de actuación relacionadas con el acceso al área clientes y el desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles, que la propuesta realizada [INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL] se ajustaría a las exigencias de la decisión jurídicamente vinculante siempre que se cumpla con [INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL] requiriendo que se implementen las medidas atendiendo a tal criterio²⁴.

En el marco del presente informe de supervisión, la comercializadora de referencia COMERCIALIZADORA REGULADA, GAS & POWER, S.A. ha informado sobre la adopción de las siguientes medidas:

- En cuanto a la atención presencial de clientes de COMERCIALIZADORA REGULADA, GAS & POWER, S.A. en las “Tiendas Naturgy” en las que se produce la venta presencial de productos y servicios de NATURGY IBERIA:
 - identificación exterior e interior de las posiciones en las que también se atenderá al cliente de la comercializadora en el mercado regulado;
 - se mantiene el procedimiento sobre información a los colaboradores que prestan servicios a ambas compañías sobre las obligaciones de separación de actividades, [INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]
 - se mantiene en vigor el Código de Buenas Prácticas que incorpora disposiciones expresas relacionadas con la separación de marca y la forma de atender al cliente regulado, de obligado cumplimiento para los colaboradores;
 - remisión del citado código a todas las empresas colaboradoras que realizan atención a sus clientes en las tiendas Naturgy;
 - se han impartido a todas las empresas colaboradoras instrucciones relativas a la separación de actividades y
 - respecto de las tareas de supervisión de las actuaciones de las personas dedicadas a la atención en centros, la comercializadora de referencia realiza el seguimiento de la calidad de atención a sus clientes en las

²⁴ La citada Resolución concluye:

“Segunda. Declarar que las propuestas de actuación realizadas por la interesada COMERCIALIZADORA REGULADA, GAS & POWER, S.A. respecto [INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL] a los efectos de cumplir con la medida consistente en no crear confusión en la información que remitan o intercambien con el consumidor medio, respecto a la comercialización, se ajustarán a las exigencias previstas en la Resolución de la CNMC de 6 de septiembre de 2018 siempre que se realicen los cambios necesarios para corregir las anomalías que se ponen de manifiesto en el apartado segundo de los Fundamentos de Derecho Jurídico-Materiales de la presente Resolución. Se requiere a COMERCIALIZADORA REGULADA, GAS & POWER, S.A. para que implemente las medidas propuestas atendiendo al criterio señalado.”

tiendas Naturgy a través de encuestas de satisfacción; tras cualquier contratación realizada en una tienda Naturgy se procede a llamada de verificación comprobando que se siguió el procedimiento de contratación establecido y seguimiento de los indicadores y/o medidas necesarias para evaluar los procesos de atención y contratación.

- En relación con el acceso *online* al ÁREA CLIENTES, se ha adoptado la medida requerida por la CNMC, de manera que NATURGY IBERIA y COMERCIALIZADORA REGULADA GAS & POWER han hecho efectiva la separación de las Áreas Privadas de sus respectivos clientes:
 - los clientes de la comercializadora de referencia realizan sus gestiones a través del canal exclusivo para ellos (areaclientes.comercializadoraregulada.es) y los clientes de NATURGY IBERIA a través del Área Privada exclusiva correspondiente (<https://areaprivada.naturgy.es/>);
 - en cuanto a los clientes que tienen contratos con ambas compañías, han de acceder separadamente al entorno de cada compañía para ver exclusivamente el contrato suscrito con cada comercializadora y
 - se confirma que cada una de las oficinas virtuales ofrece, únicamente, información sobre sus productos y servicios, sin incluir enlaces entre ambas comercializadoras y sin visualizar banners ni anuncios ni servicios de la comercializadora a la que no se accede, estando las marcas, colores y logos diferenciados y adaptados a la sociedad a la que corresponde.
- Reciente activación de la nueva aplicación móvil de COMERCIALIZADORA REGULADA GAS & POWER, desde la que sus clientes pueden realizar sus gestiones, siendo exclusiva para los mismos (denominada C. Regulada Clientes). Los clientes de NATURGY IBERIA pueden seguir haciendo sus gestiones a través de la App exclusiva para los clientes de esta compañía (denominada Naturgy Clientes).

Para acreditar las anteriores medidas, la sociedad ha remitido diversa documentación como imágenes identificativas en locales comerciales, documento explicativo de las diferencias entre mercados y ambas comercializadoras, impresiones de pantalla de entrada al área clientes de cada comercializadora y documento con imagen de la App móvil de cada una de las comercializadoras.

En cuanto a las medidas comunicadas, proceden las siguientes consideraciones por parte de la CNMC:

- Las medidas confirmadas por la sociedad se ajustan a las propuestas remitidas para valoración y en los términos que fueron expuestos.
- Se ha cumplido con la exclusión de la opción de operativa de gestión conjunta para el área cliente en web, extendiendo este criterio a la gestión de las respectivas aplicaciones móviles App.

- A la fecha del presente informe, desde la web de la comercializadora en el mercado libre (www.naturgy.es) se puede acceder a la web de la comercializadora de referencia (www.comercializadoraregulada.es) mediante un enlace disponible en un entorno vinculado a un servicio de videoasistencia médica²⁵ sin coste que se ofrece a la categoría de clientes domésticos. A partir del enlace al servicio de videoasistencia médica, el cliente puede activar el mismo habiendo de seleccionar si es cliente de NATURGY o bien de COMERCIALIZADORA REGULADA, GAS & POWER. En ambos casos, es dirigido a un portal de bienvenida al servicio de videoasistencia médica, con logotipo de la comercializadora que corresponde a la elección (según se seleccione una u otra, mercado libre o regulado) en el que se informa de la naturaleza del servicio y se ofrece enlace con la dirección web de la respectiva comercializadora para realizar otro tipo de consultas. Por su parte, a la fecha del presente informe, no se ha detectado en el área pública de la web de la comercializadora en el mercado regulado enlace a tal portal de teleconsulta médica, ni información sobre este servicio, aunque sí se hace referencia a este servicio en el área privada de cliente en esta página web. No obstante lo anterior, la CNMC ha verificado que, anteriormente, el área pública de la web de la comercializadora en el mercado regulado sí ha incluido información y enlace a este servicio en los mismos términos, procedimiento de activación y acceso señalados²⁶.

La Resolución de 6 de septiembre de 2018 obliga a las sociedades que han de cumplir con sus disposiciones a su identificación a través de la dirección de su página web, de forma clara e inequívoca respecto a la sociedad perteneciente al grupo que comercializa en el mercado libre y señala, expresamente, que no incluirá vínculos al portal web de la sociedad que comercializa electricidad o gas natural perteneciente al grupo empresarial. Como ya se ha señalado, la CNMC ha establecido que no deben existir vínculos ni enlaces en sentido contrario.

La CNMC considera que este criterio general aplicaría también en el caso de que los enlaces o vínculos aparezcan con ocasión de información, productos o servicios ajenos al suministro energético en sentido estricto, puesto que su existencia podría no permitir una conclusión de ausencia de riesgo de confusión en la información que se intercambie con el consumidor a través de este canal concreto, por más que se incorporen cautelas destinadas a informar que se accede a un servicio no energético. De esta manera se evitarían situaciones que pudieran invalidar la eficacia de las medidas exigidas sobre esta materia en la decisión jurídicamente vinculante e

²⁵ https://www.naturgy.es/hogar/fnt_hogar/ventajas_naturgy/servicio_de_videoasistencia_medica

²⁶ https://www.comercializadoraregulada.es/regulada/fnt_cor/queremos_echarte_una_mano
https://www.comercializadoraregulada.es/regulada/fnt_cor/servicio_de_videoasistencia_medica

implementadas en entornos sobre información, productos y servicios asociados al suministro energético.

Adicionalmente, en el caso de que el cliente de la comercializadora de referencia pudiera, de forma efectiva, activar y acceder al servicio de teleconsulta médica a través de la página web de la comercializadora libre del grupo (por ser destinatarios del servicio y si la validación del acceso pudiera ejecutarse), podría generar una situación susceptible de confusión para el consumidor si no mantiene relación contractual simultánea con la comercializadora del grupo en el mercado libre, atendiendo además al hecho de que la comercializadora en el mercado regulado dispone de una web propia e independiente.

En virtud de los criterios generales señalados y considerando ciertos aspectos como son la ubicación no destacada en la web del enlace mencionado, el hecho de que el procedimiento de navegación vinculado al servicio de teleconsulta médica se reprodujo también en la web pública de la comercializadora en el mercado regulado (en los mismos términos y procedimientos que los expuestos) y las recientes modificaciones que se han acometido en las páginas web de ambas comercializadoras del grupo para ajustarse a lo establecido en la decisión jurídicamente vinculante y que han implicado la actualización de múltiples aspectos y elementos web, la CNMC considera razonable recomendar la adopción de las medidas que correspondieran, destinadas a evitar tanto el acceso a la web de la comercializadora en el mercado regulado desde la web de la comercializadora en el mercado libre en el contexto descrito asociado al servicio de teleconsulta médica, como, en su caso, la posibilidad de que los clientes de la comercializadora en el mercado regulado pudieran activar y entrar al portal de teleconsulta médica a través del proceso de navegación iniciado en la web Naturgy.

CONCLUSIÓN

Del análisis realizado se concluye que la sociedad COMERCIALIZADORA REGULADA, GAS & POWER, S.A. ha adoptado las medidas propuestas para ajustarse a la Resolución de 6 de septiembre de 2018, atendiendo a lo señalado y requerido en la Resolución de 29 de octubre de 2019 al efecto. No obstante, se recomienda la adopción de las medidas que correspondieran destinadas a evitar tanto el acceso a la web de COMERCIALIZADORA REGULADA, GAS & POWER (www.comercializadoraregulada.es) desde la web de la comercializadora del grupo en el mercado libre NATURGY IBERIA (www.naturgy.es), a partir de un enlace ubicado en un entorno ajeno al suministro energético en sentido estricto (servicio de teleconsulta médica) disponible para los clientes domésticos del grupo, como, en su caso, la posibilidad de que los clientes de COMERCIALIZADORA REGULADA, GAS & POWER pudieran activar y entrar al portal de teleconsulta médica a partir de navegación iniciada en la web www.naturgy.es.

6. CONCLUSIONES

Atendiendo a las medidas que fueron presentadas por las sociedades interesadas para ajustarse a las exigencias de la *“Resolución del procedimiento para la adopción de una decisión jurídicamente vinculante relativa al cumplimiento efectivo de la obligación legal por las empresas distribuidoras y comercializadoras de referencia pertenecientes a grupos integrados, de no crear confusión a los consumidores en la información, presentación de marca e imagen de marca”*, de 6 de septiembre de 2018, a las conclusiones alcanzadas por la CNMC en las distintas resoluciones en las que dichas propuestas fueron analizadas (de 23 de mayo de 2019 y 30 de octubre de 2019), a las medidas concretas que se han implementado, a la documentación de soporte remitida por las interesadas a la CNMC y otra información pública disponible, se concluye:

a) Respecto de la modificación de la presentación de marca:

- que las nuevas presentaciones de marca formalizadas por las distribuidoras de energía eléctrica de los grupos IBERDROLA y ENDESA se ajustan a lo señalado y/o exigido en las respectivas Resoluciones de la CNMC de 23 de mayo de 2019 para adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018, habiéndose formalizado las medidas en el plazo previsto al efecto y
- que las presentaciones de marca formalizadas por las comercializadoras de referencia de los grupos de sociedades IBERDROLA, CHC, EDP, REPSOL y ENDESA se ajustan a lo señalado y/o exigido en las respectivas Resoluciones de la CNMC de 23 de mayo de 2019 para adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018, habiéndose adoptado las medidas en el plazo establecido al efecto, a excepción del GRUPO CHC que ha formalizado la modificación de su denominación social con posterioridad. No obstante, no se aprecia como una incidencia significativa, atendiendo a las fechas concretas en que se ha realizado el cambio y considerando que tal situación no habría implicado ventaja para este grupo, en virtud de la ausencia de cambios en la composición de su cartera de clientes.

b) Respecto de la modificación de la imagen de marca:

- que las imágenes de marca adoptadas por las distribuidoras de energía eléctrica de los grupos ENDESA, EDP e IBERDROLA se ajustan a lo señalado y, en su caso, exigido en las respectivas Resoluciones de la CNMC de 23 de mayo de 2019 para adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018, habiéndose adoptado las medidas en el plazo establecido al efecto y
- que las imágenes de marca adoptadas por las comercializadoras de referencia de los grupos de sociedades IBERDROLA, EDP, REPSOL, CHC y ENDESA se ajustan a lo propuesto en las respectivas Resoluciones de la

CNMC de 23 de mayo de 2019 para adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018, habiéndose formalizado atendiendo a los requerimientos que, en su caso, se hubieran señalado y en el plazo previsto al efecto. Con respecto a la comercializadora de referencia del GRUPO CHC, resulta una conclusión favorable en virtud de la vinculación entre la presentación de marca y la imagen de marca y de lo concluido en relación al plazo de modificación de la denominación social.

- c) Respecto de las medidas implementadas por las sociedades interesadas del GRUPO ENDESA al objeto de cumplir con la obligación de no crear confusión en la información que remitan o intercambien con el consumidor por cualquier canal de comunicación:
- que EDISTRIBUCION REDES DIGITALES, S.L.U. ha formalizado las medidas de carácter general analizadas en la Resolución de la CNMC de 23 de mayo de 2019 al efecto y ha desarrollado medidas específicas atendiendo a los términos y directrices recogidos en la misma, para adaptarse a las exigencias de la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018;
 - que ENERGÍA CEUTA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A. ha adoptado las medidas analizadas en la Resolución de 23 de mayo de 2019 al efecto y ha desarrollado medidas específicas atendiendo a los términos y directrices recogidos en la misma, para adaptarse a las exigencias previstas en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018. No obstante, se considera recomendable, si no se hubiera previsto, la adopción de cautelas destinadas a supervisar el cumplimiento de los procedimientos o, en su caso, de las pautas de actuación que se indiquen a los agentes comerciales, por constituir herramientas útiles para el control de los mismos y presuponen diligencia respecto de su efectividad y ejecución, permitiendo identificar incumplimientos o deficiencias, así como su posterior corrección o mejora y
 - que ENERGÍA XXI COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.L. ha adoptado las medidas que fueron analizadas en la Resolución de 23 de mayo de 2019 al efecto y ha desarrollado medidas específicas atendiendo a los términos y directrices señalados en la misma, para adaptarse a las exigencias previstas en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018. No obstante lo anterior, se considera recomendable, si no se hubiera previsto, la adopción de cautelas por parte de la sociedad destinadas a supervisar el cumplimiento de los procedimientos formalizados, por constituir herramientas útiles para garantizar su ejecución y presuponen diligencia respecto de la efectividad y materialización de los mismos, permitiendo, además, identificar posibles incumplimientos o deficiencias, así como su posterior corrección o mejora.

- d) Respecto de las medidas implementadas por las sociedades del GRUPO EDP al objeto de no crear confusión en la información que se remita o intercambie con el consumidor por cualquier canal de comunicación:
- que la sociedad HIDROCANTÁBRICO DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U. ha materializado las medidas propuestas y analizadas por la CNMC en la Resolución de 23 de mayo de 2019 al efecto, en los términos expuestos en la misma, para adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018 y
 - que la sociedad BASER COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA, S.A. ha adoptado las medidas analizadas en la Resolución de la CNMC, de 23 de mayo de 2019 al efecto, en los términos expuestos en la misma y atendiendo a los requerimientos de actuación, para adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018. Asimismo, se concluye que se han formalizado medidas en línea con las recomendaciones que fueron realizadas. No obstante lo anterior, se mantiene la recomendación que en dicha Resolución se realiza sobre los instrumentos de supervisión de la actuación de los agentes comerciales vigentes, incluyendo actuaciones específicas destinadas a detectar posibles irregularidades en relación con la exigencia concreta de una atención e información totalmente diferenciada e inequívoca a los clientes de la comercializadora de referencia respecto de la comercializadora del grupo, más allá de la verificación de buenas prácticas de carácter comercial.
- e) Respecto de las medidas implementadas por la comercializadora de referencia del GRUPO CHC, COMERCIALIZADOR DE REFERENCIA ENERGÉTICO, S.L.U., al objeto no crear confusión en la información que se remita o intercambie con el consumidor por cualquier canal de comunicación:
- que la sociedad ha adoptado las medidas analizadas en la Resolución de la CNMC de 23 de mayo de 2019 al efecto, en los términos expuestos en la misma, y que ha formalizado medidas en línea con las recomendaciones que se realizaban, para adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018 y
 - en relación a la utilización en los correos electrónicos de dominios propios por parte de delegados comerciales que colaboran con COMERCIALIZADORA DE REFERENCIA ENERGÉTICO, S.L.U. (distintos de @corenergetico.es) para gestiones en el mercado regulado, la CNMC considera que las medidas adoptadas por esta sociedad se ajustarían a las obligaciones exigidas por las Resoluciones de 6 de septiembre de 2018 y de 23 de mayo de 2019, siempre que las direcciones de correo electrónico que efectivamente se estén empleando no induzcan a error o confusión al consumidor respecto de mercado al que corresponden. Esta particularidad, haría recomendable, a juicio de la CNMC, una tarea de supervisión por parte de COR ENERGÉTICO, en el caso de que esta supervisión no se hubiera ya previsto en el marco del control del cumplimiento del Código de Conducta de

atención al cliente, con la finalidad de garantizar el efectivo cumplimiento de las obligaciones que la propia sociedad ha impuesto a los delegados comerciales en esta materia y que la excepción al uso del dominio @coreenergetico.es resulte conforme a las exigencias de la decisión jurídicamente vinculante.

- f) Respecto de las medidas implementadas por las sociedades del GRUPO IBERDROLA al objeto de no crear confusión en la información que se remita o intercambie con el consumidor por cualquier canal de comunicación:
- que la sociedad i-DE REDES ELÉCTRICAS INTELIGENTES, S.A.U. ha formalizado las medidas analizadas en la correspondiente Resolución de la CNMC, de 23 de mayo de 2019, en los términos expuestos en la misma, al efecto de adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018 y
 - que la sociedad CURENERGÍA COMERCIALIZADOR DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U. ha adoptado las medidas analizadas en la Resolución de 23 de mayo de 2019 al efecto, en los términos expuestos en la misma y atendiendo, en su caso, a los requerimientos de actuación, para adaptarse a lo previsto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018.
- g) Respecto de las medidas implementadas por la comercializadora de referencia del GRUPO REPSOL, RÉGSITI COMERCIALIZADORA REGULADA, al objeto de no crear confusión en la información que se remita o intercambie con el consumidor por cualquier canal de comunicación, que la sociedad ha adoptado las medidas analizadas en la Resolución de 23 de mayo de 2019 al efecto, en los términos expuestos en la misma, atendiendo a las recomendaciones y, en su caso, a los requerimientos de actuación, para adaptarse a lo dispuesto en la decisión jurídicamente vinculante de 6 de septiembre de 2018.
- h) Respecto de las medidas formalizadas por la comercializadora de referencia del GRUPO NATURGY, COMERCIALIZADORA REGULADA, GAS & POWER, S.A., al objeto de no crear confusión en la información que se remita o intercambie con el consumidor por cualquier canal de comunicación:
- que la sociedad ha adoptado las medidas propuestas para ajustarse a la Resolución de 6 de septiembre de 2018, atendiendo a lo señalado y requerido en la Resolución de 29 de octubre de 2019 al efecto y
 - se recomienda la adopción de las medidas que correspondieran, destinadas a evitar tanto el acceso a la web de COMERCIALIZADORA REGULADA, GAS & POWER (www.comercializadoraregulada.es) desde la web de la comercializadora del grupo en el mercado libre NATURGY IBERIA (www.naturgy.es), a partir de un enlace ubicado en un entorno ajeno al suministro energético en sentido estricto (servicio de teleconsulta médica)

disponible para los clientes domésticos del grupo, como, en su caso, la posibilidad de que los clientes de COMERCIALIZADORA REGULADA, GAS & POWER pudieran activar y entrar al portal de teleconsulta médica a partir de navegación iniciada en la web www.naturgy.es.

- i) Respecto de la implementación en el plazo al efecto de las medidas al objeto de no crear confusión en la información que se remita o intercambie con el consumidor por cualquier canal de comunicación respecto a la identidad de la filial de su mismo grupo que realice la actividad de comercialización, se concluye favorablemente.
- j) La CNMC recibe y tramita reclamaciones y denuncias relacionadas con la confusión en la información, presentación e imagen de marca, presentadas, no solo por particulares, sino también por asociaciones de usuarios, en ocasiones, remitidas a los órganos correspondientes en las Comunidades Autónomas en las que se detectan las incidencias. Con la finalidad de que aquellos dispongan de información sobre las medidas concretas que las sociedades interesadas han adoptado, se considera la comunicación de este informe para su conocimiento y a los efectos oportunos.
- k) El presente informe responde al ejercicio continuo por parte de la CNMC de la función de supervisión que la normativa en vigor establece, atendiendo además a la propia naturaleza de las medidas concretas analizadas, constituyendo esta función, en general, una tarea de carácter permanente para el organismo regulador.

ACUERDO

La Sala de Supervisión Regulatoria acuerda:

ÚNICO. – Aprobar y comunicar este informe al Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, a los organismos competentes de las Comunidades Autónomas, al Consejo de Consumidores y Usuarios y a las sociedades interesadas.