

## NOTA DE PRENSA

**La CNMC obliga a varias sociedades de los principales grupos energéticos integrados a que cambien su imagen de marca para que los consumidores puedan identificar claramente a su compañía**

- Un mismo grupo empresarial puede ofrecer sus servicios a través de una comercializadora regulada y a través de una comercializadora libre, y tener una compañía de distribución.
- En España, ocho de cada diez hogares no son capaces de distinguir si están pagando el precio de la luz con un precio regulado (PVPC en electricidad y TUR en gas) o a precio libre.
- La similitud de logos, siglas y denominaciones entre la comercializadora regulada, la comercializadora libre y la distribuidora del mismo grupo empresarial confunde a los consumidores.
- La CNMC obliga a que adopten una serie de medidas que afectan a su denominación social, imagen de marca y canales de comunicación con sus clientes en seis meses.

**Madrid, 14 de septiembre de 2018.-** La CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) ha aprobado una Decisión Jurídicamente Vinculante por la que obliga **a varias sociedades de los principales grupos energéticos integrados a que cambien su imagen de marca para que los consumidores puedan identificar claramente a su compañía.** ([DJV/DE/001/18](#))

Esta medida va dirigida a las empresas distribuidoras de gas y electricidad (en el sector eléctrico las de más de 100.000 clientes) y comercializadores de referencia y o de último recurso. El objetivo es evitar la confusión a los consumidores. Para ello, tendrán que realizar cambios en la información, presentación de marca e imagen de marca respecto a la filial del mismo grupo empresarial que comercializa en el mercado libre.

De esta forma, los consumidores podrán identificar correctamente en sus facturas qué comercializadora le ofrece el servicio y saber si están en el mercado libre o regulado, como exige la normativa europea. El plazo para realizar los cambios es de seis meses.

*Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación, y que no vincula a la CNMC.*

*El texto íntegro de la resolución aprobada por el Consejo se publica en la página web de la CNMC, una vez eliminados los elementos de confidencialidad, y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa.*

*Reproducción permitida solo si se cita la fuente*

## **Situación del mercado**

En la actualidad, un mismo grupo empresarial puede comercializar el gas y la electricidad a sus clientes a través de dos empresas distintas, que facturan diversos precios por la electricidad y el gas. Son las llamadas comercializadoras de referencia (comercializadores de último recurso en el sector gasista) para el suministro regulado o comercializadoras del mercado libre.

El cliente de la comercializadora de referencia paga un precio regulado por su consumo –el llamado PVPC en el sector eléctrico, TUR en el caso del sector gasista). Además, solo si está suscrito al PVPC, en el sector eléctrico, puede solicitar el bono social (descuentos de entre 25% y 40%) cuando tenga derecho a este descuento. (Ver información blog)

Por el contrario, cuando el cliente tiene su suministro con una comercializadora del mercado libre, paga el precio que libremente acuerde con la comercializadora por la energía consumida. Además, podrá contratar servicios adicionales, como seguros de mantenimiento, servicios de averías y otro tipo de vinculaciones con periodos de permanencia y penalizaciones, en algunos casos.

## **Confusión entre los consumidores**

La CNMC ha emitido varios informes y guías informativas en los que alerta de la confusión que existe entre los consumidores a la hora de identificar quién es su suministrador energético, y para saber si está recibiendo un suministro regulado o libre. Además, en su Panel de Hogares de 2017, la Comisión concluyó que 8 de cada 10 hogares es incapaz de distinguir si están pagando el precio de la luz con el precio regulado (PVPC en electricidad y TUR en gas) o a precios libres.

Adicionalmente, varias asociaciones de consumidores (a Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) y UCE-ASUFIN) han denunciado esta situación de indefensión de los consumidores.

En este sentido, en el reciente informe de supervisión de los servicios de atención al cliente (IS/DE/024/16) aprobado el 9 de abril de 2018 ([ver blog al respecto](#)), la CNMC advirtió la necesidad de cumplir las obligaciones establecidas en la Ley del Sector Eléctrico y en la Ley de Hidrocarburos para evitar la confundir a sus clientes a la hora de identificar su suministrador y el tipo de suministro que ofrece. Esta

*Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación, y que no vincula a la CNMC.*

*El texto íntegro de la resolución aprobada por el Consejo se publica en la página web de la CNMC, una vez eliminados los elementos de confidencialidad, y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa.*

*Reproducción permitida solo si se cita la fuente*

confusión está afectando a la elección de comercializador y, por tanto, a la dinámica competitiva del mercado.

### **Cambios exigidos por la CNMC**

Por ello, la CNMC ha aprobado una Decisión Jurídicamente Vinculante que obliga a varias empresas a realizar cambios en su presentación de marca, imagen de marca e información que remitan o intercambien con el consumidor, en seis meses.

En primer lugar, les obliga a modificar la denominación social para evitar la confusión en la presentación de la marca respecto a las sociedades del mismo grupo que realicen actividades de comercialización. La CNMC advierte de que la incorporación del término “distribuidor” o “comercializador de referencia” o “comercializador de último recurso” no será suficiente.

En segundo lugar, tendrán que cambiar el logotipo (imagen de marca) de forma que su comparación gráfica, fonética o conceptual, no induzca a error. En este sentido se advierte que utilizar palabras, letras, cifras, figuras, signos, dibujos o símbolos iguales entre la comercializadora de referencia, la libre y la distribuidora confunde a los clientes.

En tercer lugar, se obliga no crear confusión en la información que se remite a los consumidores por cualquier canal de comunicación (telefónico, escrito, web, presencial). El objetivo es evitar la confusión sobre la identidad de las filiales del grupo que realicen actividades de comercialización. En la información deberá quedar diferenciada e inequívocamente identificada la empresa.

En un periodo de tres meses, las empresas afectadas podrán aportar a la CNMC las medidas que van a realizar para que se valore si se ajustan a los cambios requeridos.

En el Anexo de la Decisión se identifica de manera individualizada, por empresa y elemento analizado, aquellos aspectos que crean confusión de marca respecto a la identidad de la sociedad que comercializa electricidad y gas natural perteneciente al grupo empresarial.

Consultar anexo de la Resolución, (páginas 68-105) con los cambios exigidos a cada una de las empresas.

*Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación, y que no vincula a la CNMC.*

*El texto íntegro de la resolución aprobada por el Consejo se publica en la página web de la CNMC, una vez eliminados los elementos de confidencialidad, y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa.*

*Reproducción permitida solo si se cita la fuente*