

La CNMC impone medidas a Factor Energía para frenar la contratación fraudulenta de electricidad y gas

- La compañía acumula el 61 % de las denuncias por prácticas comerciales con engaño ante la CNMC y concentra tasas muy altas de clientes que rescinden anticipadamente sus contratos.
- Tendrá que contar con el consentimiento del usuario para recibir llamadas comerciales, especificar los motivos de estas e identificar claramente qué empresa llama y en nombre de quién.
- Estará obligada a reforzar la información durante la contratación y el consentimiento del cliente, además de remitir indicadores a la CNMC.

Madrid, 17 de febrero de 2026.- La CNMC ha impuesto medidas a la empresa comercializadora Factor Energía, S. A., para evitar que los consumidores de electricidad y gas se vean afectados por prácticas comerciales engañosas ([DJV/DE/004/25](#)).

Factor Energía apenas llega al 1 % de cuota de mercado en gas y electricidad. Sin embargo, acumuló el 61% de las denuncias ante la CNMC por prácticas comerciales engañosas entre enero de 2023 y agosto de 2025. Además, la tasa de rescisión anticipada de sus contratos en ambos sectores es muy superior a la media del sector.

Las prácticas comerciales irregulares, mediante métodos de venta abusivos o equívocos, ocurren cuando no se informa claramente a los consumidores de quién les llama, en nombre de qué comercializadora, ni tampoco de la finalidad comercial de la comunicación

Decisión Jurídicamente Vinculante

Los objetivos de las medidas para proteger al consumidor y garantizar el correcto funcionamiento del mercado son los siguientes:

- Adoptar decisiones de contratación con suficiente información, con pleno conocimiento del cambio de compañía y los derechos que les asisten.
- Elegir libremente su comercializador de electricidad y gas natural.
- Reducir el número de denuncias por prácticas comerciales abusivas o engañosas asociadas a la contratación y al cambio de comercializador.

Medidas impuestas

Factor Energía deberá cumplir dos tipos de medidas, centradas en las nuevas contrataciones telefónicas, y una adicional, que permitirá a la CNMC conocer si la empresa es diligente en la supervisión de la actividad sus agentes de venta:

- **Llamadas comerciales:** para que el consumidor sea más consciente de lo que está realizando, se refuerzan las obligaciones de identificación comercial de la empresa que efectúa la llamada, de la empresa en cuyo nombre se realiza y de la finalidad de la comunicación. También se refuerza la necesidad de disponer del consentimiento previo del consumidor para recibir la llamada.
- **Contratación y obtención del consentimiento:** se refuerza la información que debe facilitar al consumidor en la contratación y en la obtención del consentimiento.
- **Supervisión de la actividad comercial:** se establece el seguimiento periódico de indicadores clave para poder detectar deficiencias en la actuación de las fuerzas de venta y, en su caso, adoptar medidas correctivas, además de la remisión periódica de información a la CNMC.

Esta decisión no impone más obligaciones que las que marca la legislación, sino que robustece el cumplimiento de las ya existentes, dada la situación de hecho que se está produciendo.

El incumplimiento de las medidas de la CNMC podría dar lugar a infracciones calificadas como graves en la legislación sectorial.

Contenido relacionado:

- [DJV/DE/004/25](#)