



La lucha por aumentar la cartera de clientes ha crecido. ABC

Competencia pone coto al ‘spam’ de las eléctricas que gestionan más de 7 millones de cambios de compañía

Raúl Masa
Madrid

Las llamadas comerciales son, en muchos casos, un incordio para los consumidores. Por este motivo, el Gobierno ha querido a lo largo de la legislatura promover diferentes normas que contribuyesen a su disminución. El real decreto 88/2026 ha sido de los más ambiciosos centrado, además, en materia energética. Y para que nadie se olvide de que la ley entra totalmente en vigor hoy, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha querido hacer públicas sus respuestas a la consulta sobre este RD.

La norma empezó a tener efecto en febrero, pero se dieron cuatro meses de plazo para algunos puntos. Sobre ellos, la CNMC ha querido reiterar cuáles son las obligaciones que tienen las empresas. No se trata de una cuestión baladí, el sector energético, tanto eléctrico como gasista, están en plena efervescencia a nivel comercial. Por ese motivo, el regulador quiere que todos tengan claro hasta dónde se puede llegar.

Y es que las cifras son impactantes. Según datos de Competencia, en el último trimestre donde hay registro oficiales, julio-septiembre de 2025, hubo un total de 1,6 millones de cambios de comercializador eléctrico. Esto supone en el conjunto del año que se dieron más de siete millones de portabilidades entre compañías. La cifra equivale a cerca del 25% del total de clientes. Una situación parecida al gas, donde se dieron más de 1,5 millones de cambios, que representar cerca del 20% de todos los consumidores. Este elevado número de movimientos es el que ha llevado a la CNMC a insistir en el men-

saje de las obligaciones adquiridas por las empresas que se juegan mucho. La presión por captar clientes cada vez es mayor, puesto que el número de compañías con capacidad de ofrecer grandes promociones ha aumentado.

Contratación no solicitada

Para que las empresas lo tengan claro, la CNMC recuerda que las compañías no pueden realizar llamadas comerciales ni de contratación no solicitadas, «salvo que exista una petición expresa, inequívoca e informada del consumidor para una finalidad específica». Asimismo, «aceptar cláusulas genéricas por parte del consumidor en webs o plataformas de terceros incumple los requisitos legales para contar con su consentimiento».

Tampoco son válidas las autorizaciones incluidas en procesos ajenos al suministro eléctrico (como sorteos o promociones). Otra de las claves en esta nueva ley es la obligación de verificar la identidad del consumidor. Para ello, es necesario utilizar documentos oficiales (DNI o pasaporte). Si la contratación es digital, la firma debe ser mediante certificados electrónicos que garanticen la verificación de identidad y la integridad del documento firmado. De igual modo, la carga de la prueba corresponde al comercializador, de acuerdo con la normativa en materia de consumo.

A nivel de precios, y sobre los contratos indexados, en caso de ofrecer estos servicios, la empresa está obligada a informar sobre las oportunidades, los costes y riesgos; facilitar una estimación de la factura mensual; y recabar el consentimiento previo del consumidor.