

> [Economía](#)

ENTRA EN VIGOR LA NUEVA REGULACIÓN

## Adiós al 'spam' telefónico

• Una ley obliga a las empresas a registrar y acatar la negativa del consumidor

Actualizado sábado 10/04/2010 18:00

Ignacio Anasagasti

Madrid.- Cuatro de la tarde. Suena el teléfono fijo en una casa de un madrileño. El propietario, que estaba durmiendo la siesta, se levanta sobresaltado a coger la llamada. ¿Diga, quién llama? Buenas tardes, le llamaba para informarle de las ventajas del nuevo ADSL de la empresa X...

Esta escena, muy repetida a la par que aborrecida en la mayoría de los hogares españoles, **podría pasar a mejor vida en breve**, gracias a la aprobación el pasado 22 de diciembre de la Ley de Competencia Desleal y Publicidad, que regula, entre otros aspectos, el spam publicitario.

Según la normativa, desde el 1 de marzo, los consumidores tienen el "derecho a manifestar su oposición a recibir propuestas comerciales no deseadas" a través del teléfono, fax o correo electrónico. La novedad consiste en que **las empresas están obligadas a registrar mediante algún sistema la negativa del usuario** para que, en caso de incumplimiento, quede constancia de la infracción.

Otro de los cambios que introduce la ley es la **prohibición de realizar llamadas publicitarias desde números ocultos**. Por culpa de esta práctica, los consumidores, hasta ahora, no podían demostrar la existencia de algunas llamadas y, por tanto, reclamar al organismo competente la violación de su derecho a la protección de datos personales.

Aquellas empresas que incumplan la **nueva legislación pueden ser sancionadas económicamente con multas de hasta 600.000 euros si se trata de una infracción muy grave**. En caso de que le salga beneficiosa la multa a la compañía, se podría superar dicha cuantía hasta alcanzar el quintuplo del valor de los bienes o servicios objeto de infracción.

Aunque son varios los sectores que utilizan el 'spam' como técnica para hacer llegar a los consumidores sus ofertas, el de las telecomunicaciones es uno de los más activos. Según ha podido saber ELMUNDO.es, las principales sociedades que operan dentro de esta área de actividad ya han realizado los cambios oportunos en sus procesos para cumplir con todas las disposiciones legales.

Desde la asociación de consumidores **Facua se muestran escépticos con que se vaya a acabar con el 'spam' publicitario** con la aprobación de la nueva normativa. "Si no hay inspecciones de oficio, y dudamos que las vaya a haber, no se va a acabar con esta práctica. Los consumidores no van a denunciar de manera generalizada porque no saben cómo ni a quién dirigirse", apunta el portavoz de la asociación, Rubén Sánchez.

Para acabar definitivamente con el 'spam', Sánchez declara que "hacen falta sanciones ejemplarizantes para meter el miedo en el cuerpo a las empresas infractoras".

### Lista Robinson

Otra de las opciones que tienen los consumidores para ejercer el derecho de oposición es la [lista Robinson](#), que **lleva en funcionamiento 17 años**. Cualquier particular interesado puede darse de alta en ella de manera gratuita rellenando un formulario en el que hay que especificar por qué canal (teléfono, sms, correo postal o electrónico) no se desean recibir comunicaciones publicitarias.

Por vía telefónica, el usuario puede negarse a que le contacten tanto empresas con las que no tiene ninguna relación contractual como aquellas de las que es cliente. En este segundo caso, deberá indicar el nombre de las entidades afectadas.

Las empresas también pueden suscribirse en el fichero para conocer a sus integrantes, bajo una modalidad de pago y otra gratuita (consultas individuales). De acuerdo con un reglamento de 2007, que desarrolla la Ley Orgánica de Protección de Datos, los anunciantes que utilicen datos personales no facilitados directamente por los clientes están obligadas a consultar los ficheros de exclusión voluntarios. A día de hoy, la lista cuenta en España con 115.000 usuarios.

> [Economía](#)

Publicidad [Nuevo BMW Serie 5. Diseñado para inspirar.](#)