



MOORE

LEGAL Y COMPLIANCE

ACTUACIONES RECIENTES DE LA CNMC

(Fuente CNMC)

La CNMC amplía su investigación a nuevas empresas por posible manipulación de licitaciones para el suministro de alimentos básicos a colectividades dependientes de organismos públicos

La CNMC ha ampliado a otras empresas la investigación, iniciada en marzo por posibles prácticas anticompetitivas, que afectaría a determinadas licitaciones convocadas para el suministro de alimentos básicos a colectividades dependientes de organismos públicos. Concretamente, analiza la coordinación entre varias compañías para la presentación de ofertas económicas en este tipo de concursos públicos.

En septiembre, la CNMC realizó una nueva ronda de inspecciones en las sedes de varias empresas, con la colaboración de las Autoridades de Competencia autonómicas donde se ubican las empresas inspeccionadas.

La CNMC recuerda que los acuerdos entre competidores constituyen una infracción muy grave de la legislación de competencia, que puede conllevar multas de hasta el 10% del volumen de negocios total de las empresas infractoras. De hecho, la investigación de los cárteles constituye una de las prioridades de actuación de la CNMC, dada la especial gravedad de sus consecuencias sobre los consumidores y el correcto funcionamiento de los mercados.

La CNMC multa a Telefónica con 5 millones por incumplir parte de las obligaciones de información a las que se comprometió al adquirir DTS

La CNMC ha sancionado a Telefónica con 5 millones de euros por incumplir varias de las obligaciones asumidas en los compromisos que la operadora presentó y aceptó voluntariamente y que llevaron a la CNMC autorizar la compra de DTS mediante Resolución de 22 de abril de 2015. TELEFÓNICA/DTS.



Posteriormente, en julio de 2020, la CNMC prorrogó los compromisos adquiridos por Telefónica por un periodo de 3 años, con el objetivo de seguir preservando la competencia en los mercados afectados por la citada adquisición; entre otros, el mercado de la televisión de pago y el de las comunicaciones electrónicas.

Entre las obligaciones infringidas se encuentran las relacionadas con la información que Telefónica tiene que remitir para que sea posible analizar la replicabilidad efectiva de las ofertas comerciales minoristas que incluyen canales propios premium en su oferta mayorista de televisión de pago.

En los compromisos, Telefónica se obligó a poner a disposición de los operadores una oferta de canales premium a precios que permitan que sus competidores puedan replicar sus ofertas y ser competitivos. Para garantizar la efectividad de esta obligación y que estas ofertas no incurran en estrechamiento de márgenes, Telefónica también se comprometió a remitir a la CNMC periódicamente información sobre las ofertas que lanza al mercado.

La incoación del expediente sancionador se produjo porque el Consejo de la CNMC, declaró la existencia de indicios de incumplimiento de su obligación de remisión de información, en este caso fundamental para verificar el cumplimiento del compromiso 2.9.j). Este garantiza que la oferta mayorista por la que Telefónica pone a disposición canales premium a terceros tiene unas condiciones que permiten la replicabilidad efectiva por parte de terceros en sus ofertas minoristas que incluyen dichos canales.

Sin embargo, la CNMC ha verificado que, entre mayo de 2015 y, al menos, junio de 2020, Telefónica no aportó de forma puntual, correcta y completa la información debida.

Como consecuencia de la conducta, Telefónica ha entorpecido la labor de vigilancia de los compromisos y la detección temprana de eventuales incumplimientos relativos a la replicabilidad de las ofertas comerciales de terceros operadores.

El incumplimiento de lo establecido en los compromisos de una operación de concentración en aplicación de la Ley de Defensa de la Competencia (LDC) supone una infracción muy grave en virtud del artículo 62.4.c de la LDC.

La CNMC multa con 150.000 euros a Enérgya-VM por formalizar contratos de luz y gas forzando el consentimiento de los consumidores

La CNMC ha sancionado a Enérgya-VM Gestión de la Energía, S.L.U. con un total de 150.000 EUROS por ser responsable de dos infracciones leves, continuadas, una de la Ley 24/2013, de 26 de diciembre, del Sector Eléctrico; y otra de la Ley 34/1998, de 7 de octubre del Sector de Hidrocarburos.

La CNMC ha constatado que Enérgya VM, a través de otras entidades contratadas, realizó llamadas telefónicas a potenciales consumidores ofertando descuentos inexistentes.

En concreto, los comerciales confundían al consumidor, o aprovechaban su desconocimiento del mercado energético, asegurando que llamaban en nombre de su distribuidora para renovar un descuento que de no hacerlo caducaría. Además, insistían que en otra llamada el usuario debía confirmar el cambio de suministro eléctrico y gasista en favor de Enérgya VM. De lo contrario, el cliente no podría beneficiarse de ningún descuento y su factura energética aumentaría considerablemente.

Estas conductas son contrarias a las obligaciones de protección de los consumidores en el proceso de contratación de los suministros de electricidad y gas, y que vienen reflejadas en la Ley 24/2013 del Sector Eléctrico y la Ley 34/1998 del sector de Hidrocarburos.

Las infracciones, además, han sido catalogadas de continuadas al acreditarse que no fue un hecho aislado, sino una campaña comercial generalizada entre los meses de febrero y mayo de 2020.

La resolución de la CNMC agota la vía administrativa, y puede recurrirse ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional en el plazo de dos meses.

La CNMC está comprometida en la lucha contra las malas prácticas que pudieran desarrollar las empresas en defensa de los consumidores y dispone de una Guía informativa para el cambio de comercializador de electricidad y/o gas.

Todos los consumidores tienen derecho a elegir libremente la comercializadora con la que quieren contratar el suministro eléctrico o gasista, y recuerda:

- El cambio de comercializador es un proceso gratuito.
- El plazo máximo para realizar el cambio de comercializador es de 21 días.
- El nuevo comercializador es el encargado de realizar todos los trámites del cambio.
- Las actuaciones administrativas y técnicas no deben impedir el cambio.
- Hay un plazo de 14 días tras la contratación en el que se puede desistir del contrato, en el caso de contratación a distancia (vía telefónica, por Internet, mediante visita a domicilio pre acordada, etc.).

La CNMC sanciona a Albia Gestión de Servicios, S.L.U. y a Funespaña, S.A. por incumplimiento del deber de notificación de tres operaciones de concentración antes de ejecutarlas

La CNMC ha impuesto dos multas (250.000 euros y 25.000 euros) a Albia, filial del grupo Santa Lucía, por no haber notificado las operaciones de adquisición del control exclusivo de las funerarias Funeraria Tanatorio La Paz, S.L. y Tanatorio de Marín, S.L. respectivamente. Además, la CNMC ha multado con 110.000 euros a Funespaña, filial del grupo Mapfre, por no haber notificado la adquisición del control conjunto de Funeraria San Vicente, S.L.

El incumplimiento del deber de notificación previa en este tipo de adquisiciones, conocido en el argot de competencia como “gun jumping”, constituye una infracción grave prevista en el artículo 62.3.b) de la Ley de Defensa de la Competencia.

La CNMC considera que Albia y Funespaña actuaron de forme negligente al no tener en cuenta los precedentes existentes sobre la definición del mercado geográfico de los servicios funerarios, especialmente los servicios de tanatorio, y haber omitido en su análisis una posibilidad tan ineludible como la consideración del municipio como mercado de referencia, donde las concentraciones analizadas superaban el umbral de cuota de mercado.

Además, la CNMC señala que dichas empresas podrían haber acudido a los mecanismos voluntarios previos a la notificación para aquellos casos en los que existen serias dudas sobre si la concentración rebasa o no los umbrales de notificación fijados en la Ley.

Por todo ello, la CNMC considera acreditado el incumplimiento por Albia de la obligación de notificar las adquisiciones del control exclusivo de Funeraria Tanatorio La Paz, S.L. y Tanatorio de Marín, S.L. con carácter previo a su ejecución y le impone sanciones de 250.000 euros y de 25.000 euros respectivamente. También considera acreditado el incumplimiento por Funespaña de la obligación de notificar la adquisición del control conjunto de Funeraria San Vicente, S.L. con carácter previo a su ejecución, imponiéndole una sanción de 110.000 euros.

La CNMC sanciona a Atresmedia por publicidad encubierta en ‘La Sexta Noticias’

La CNMC ha sancionado a Atresmedia con 185.585 euros por vulnerar el artículo 18.2 de la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA) al emitir comunicaciones publicitarias encubiertas en el canal La Sexta.

En concreto, esta práctica contraria se produjo en “La Sexta Noticias 14 H” del 5 de diciembre de 2021. En ese programa informativo se emitió una comunicación comercial de la aplicación móvil “Laguinda” sin identificarse como tal.

La ley establece que los emplazamientos publicitarios deben estar debidamente señalizados para que el espectador sepa siempre cuándo está recibiendo información y cuándo se le está tratando de vender un producto comercial.

La CNMC sanciona a RTVE por publicidad encubierta en el programa “Masterchef Celebrity”

La CNMC ha sancionado a RTVE (125.581 euros) por la emisión de comunicaciones comerciales encubiertas durante la emisión del programa “Masterchef Celebrity” los días 25 y 30 de octubre de 2021.

La CNMC ha constatado que en varios momentos del programa del día 25 de octubre hubo referencias a los productos alimentarios que una exconcurstante del programa “Masterchef”, Amelicious, comercializa por Internet.

Entre las referencias, se describen las virtudes de estos productos y se muestran algunos de ellos; todo ello enlazado con el contenido del programa.

Estas emisiones vulneran el artículo 18.2 de la Ley General de la Comunicación Audiovisual, al presentarse productos reales que existen en el mercado y que pudieran tener un claro propósito publicitario por parte del prestador de televisión e inducir al público a error en cuanto a su naturaleza, sin que en ningún momento de la emisión se advirtiese de su tratamiento como publicidad ni apareciese ninguna superimpresión que la identificara.