

La Asociación de Usuarios de la Comunicación pide a las operadoras telefónicas información clara sobre las aplicaciones disponibles en los móviles que ofrecen a sus clientes

Madrid, 14 de septiembre de 2020.- La pérdida de las aplicaciones de Google en diferentes modelos de smartphones de Huawei, debido a los conflictos de la compañía china con el Gobierno de EEUU, está causando verdaderos quebraderos de cabeza a los usuarios que acceden a estos dispositivos a través de sus contratos con los operadores telefónicos, algunos de los cuales no informan debidamente a los usuarios sobre esta carencia, según se desprende de diferentes reclamaciones recibidas por la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC).

Es práctica comercial habitual de los operadores ofrecer a los clientes la posibilidad de adquirir teléfonos móviles en condiciones ventajosas de pago fraccionado, cuyo precio se repercute en las facturas mensuales a lo largo de amplios periodos de tiempo, eligiendo entre una amplia variedad de dispositivos y marcas.

Entre esas ofertas destacan las de la mencionada compañía china, especialmente en el caso de modelos de gama alta, por la relación entre sus precios y sus prestaciones. Sin embargo, tras hacer su elección, y sin haber recibido ninguna advertencia al respecto de la empresa de telefonía, los clientes se dan cuenta de que no pueden acceder a servicios muy demandados que ni aparecen por defecto en el nuevo terminal ni pueden descargarse, como los de navegación y búsqueda, localización, adquisición de aplicaciones en tienda virtual o videos en streaming. Incluso a veces tampoco pueden registrarse en determinadas redes sociales u opciones de mensajería electrónica, aunque no pertenezcan a Google.

La Ley de Competencia desleal considera "acto de engaño" (artículo 5) cualquier conducta comercial que contenga "información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación induzca o pueda inducir a error a los destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico", cuando incide en aspectos como las características principales del bien o servicio, sus accesorios, su utilización o los resultados que pueden esperarse de su utilización. Y define como "omisión engañosa" (artículo 7) la ocultación de la información necesaria para que el destinatario adopte o pueda adoptar una decisión con el debido conocimiento de causa, considerándose también desleal el que la información que se ofrece sea poco clara, ininteligible o ambigua. Estos actos en engaño por acción u



Asociación de Usuarios
de la Comunicación

omisión, tienen además (artículos 1 y 18) la consideración de publicidad ilícita a la luz de la Ley General de Publicidad.

La Asociación de Usuarios de la Comunicación pide a los operadores telefónicos que incluyan en sus ofertas de terminales al público advertencias en su caso sobre la imposibilidad de contar con determinadas aplicaciones, especialmente las más populares, o que proporcionen a los clientes un acceso sencillo a información sobre prestaciones e incompatibilidades.