

**Llamadas empachosas de publicidad por móvil:
prohibidas por la Ley 29/2009, de 30 diciembre**

La recién promulgada Ley 29/2009, de 30 diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios, contiene cambios importantes en el ámbito de consumo. La nueva Ley introduce numerosas modificaciones en la Ley de Competencia Desleal, con la finalidad de detallar la descripción de conductas prohibidas, acentuando la necesidad de exigir el mismo nivel de diligencia y corrección en las actitudes tanto frente a otros empresarios, como frente a los consumidores. No obstante, también se añade un nuevo Capítulo dedicado enteramente a conductas consideradas perjudiciales solo cuando sus destinatarios sean consumidores. Asimismo, en el nuevo apartado 3 del artículo 2 de la LCD se aclara que "La ley será de aplicación a cualesquiera actos de competencia desleal, realizados antes, durante o después de una operación comercial o contrato, independientemente de que éste llegue a celebrarse o no."

El nuevo Capítulo III dedicado a comportamientos comerciales con los consumidores o usuarios tipifica como desleales y, por tanto, prohibidas, las prácticas ampliamente extendidas en España. Entre ellas, se incluyen prácticas promocionales engañosas como la realización de una oferta comercial, siendo el empresario consciente que el bien ofertado no estará disponible durante un periodo suficiente y en cantidades razonables, o la creación de una impresión falsa en el consumidor de haber ganado un premio, cuando en realidad su obtención está sujeta a una obligación o exige incurrir en un gasto. También se consideran desleales por agresivas las prácticas basadas en coacción (inducir al consumidor a creer que no puede abandonar el establecimiento sin contratar el bien o servicio) o en acoso (realizar visitas promocionales en el domicilio del consumidor o reiterar llamadas telefónicas con propuestas comerciales no deseadas). La Ley 29/2009 exige que este tipo de llamadas se realice desde un número identificable y otorga un plazo de dos meses para que los empresarios instalen sistemas que permitan al consumidor dejar constancia de su oposición a seguir recibiendo propuestas comerciales. Finalmente el consumidor dispondrá de una posibilidad de evitar eficazmente estas persecuciones telefónicas molestas que desde hace tiempo se están haciendo insoportables.

Karolina Lyczkowska