

Asociación de Internautas



Orange: Un modo singular de entender la libre elección

Orange: Un modo singular de entender la libre elección

La reciente subida de precios anunciada por ORANGE para su producto Love, dos meses después de su lanzamiento, ha llevado a la Asociación de Internautas (AI), Asociación Pro Derechos Civiles, Económicos y Sociales (ADECES) y Unión de Consumidores de Galicia (UCGAL) a formular este artículo sobre el necesario respeto a los derechos de los usuarios.

El reciente incremento de precios de entre 2 y 5 euros al mes, anunciado por ORANGE para un producto que acaba de lanzar (finales de noviembre) es un movimiento que pone en cuestión el respeto que el operador tiene por sus clientes o potenciales clientes.

Resulta complicado buscar una explicación plausible que justifique un incremento de precios de hasta casi el 5,5% sobre los anunciados a finales de noviembre. No será publicidad engañosa, pero puede parecerse.

No resulta creíble que se pretenda justificar la medida con el incremento de datos, ya que es una contraprestación que hubiese podido incluir desde el lanzamiento de Love. Dos meses antes no hay nada que técnicamente impida que el incremento de datos se hubiese incorporado al producto en cuestión.

Lo peor es que los usuarios que hace poco tiempo eligieron a ORANGE y este producto convergente observarán estupefactos que las condiciones que habían justificado su elección han variado sin causa en un período de dos meses.

Lo cierto es que este tipo de movimientos bruscos (hasta un incremento del 5,5% en dos meses) no hallará justificación en el cambio de la estructura de costes de la empresa. Y tampoco en la contraprestación con más datos, porque nada impedía ofrecerlos desde el principio (no hablamos de una oferta que lleva tiempo en el mercado, hablamos de algo que ocurrió ¿ayer?).

Así pues, los usuarios de ORANGE, deberán de saber que su operador, lejos de razones objetivas con las que componer sus ofertas o variar las existentes; sustenta los cambios en el puro mimetismo de lo que hacen otros, replicándolo, aunque no responde a la idea inicial que vendió a sus clientes; al igual que ocurrió en 2016.

Ante esta situación, de cambios unilaterales de precios o prestaciones, no vale con recordar el derecho que tienen los clientes a rescindir el contrato sin penalización, porque al margen de la económica ligada al producto convergente existen otras que seguirán vigentes, por ejemplo, la ligada, en su caso, al terminal móvil; o una menos visible, pero que pesa como una losa, la derivada de la red de cable que tiende el operador en el domicilio y no está abierta a su uso por otros.

Estos cambios unilaterales de precios y prestaciones no solicitadas, más aún cuando no hay causas objetivas que los avalen y cuando se sustentan sobre redes no abiertas, debería formar parte del modo de entender la competencia y ser examinadas por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), porque en última instancia los derechos de los usuarios y su salvaguarda

Orange: Un modo singular de entender la libre elección

forman parte de un modo de competir leal.

En fin, los usuarios tenemos derecho a no volver a vivir episodios de pseudocompetencia, al estilo de lo que ocurría en los primeros años de la liberalización en los que todo era lo mismo.

2018 ©Asociación de Internautas