

El Comité de Ética informa

¿Se pueden hacer encuestas telefónicas a cualquier hora del día o cualquier día de la semana?

Se puede. Pero si esta pregunta se plantea al Comité de Ética al que pertenecemos, la respuesta no sería tan tajante y nuestra recomendación sería: "se puede, pero no se debe".

Pongamos contexto a esta recomendación. Existe una limitación horaria regulada en la Ley de Defensa de los Consumidores y Usuarios (Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por la que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias), bajo el título "Comunicaciones comerciales a distancia", cuyo contenido transcribimos a continuación:

"96.2. En el caso de comunicaciones telefónicas, deberá precisarse explícita y claramente, al inicio de cualquier conversación con el consumidor y usuario, la identidad del empresario, o si procede, la identidad de la persona por cuenta de la cual efectúa la llamada, así como indicar la finalidad comercial de la misma. En ningún caso, las llamadas telefónicas se efectuarán antes de las 9 horas ni más tarde de las 21 horas ni festivos o fines de semana".

Como se puede leer, la norma citada se encuadra en las "comunicaciones comerciales" y, por lo tanto, para evaluar si podemos o no hacer encuestas, deberíamos analizar si estas se pueden considerar una práctica comercial. La propia Ley de Defensa de los Consumidores y Usuarios define, en su artículo 19.2, qué se entiende por "prácticas comerciales": "(...) se consideran prácticas comerciales de los empresarios con los consumidores y usuarios todo acto, omisión, conducta, manifestación o comunicación comercial, incluida la publicidad y la comercialización, directamente relacionada con la promoción, la venta o el suministro de bienes o servicios, incluidos los bienes inmuebles, así como los derechos y obligaciones, con independencia de que sea realizada antes, durante o después de una operación comercial".

De la lectura textual del precepto, podemos concluir que la restricción horaria no aplica a la investigación telefónica, ya que su actividad no se corresponde con una práctica comercial (temática de nuestro boletín anterior que distinguía "Investigación" de "No investigación"). Ahora bien, la restricción de las llamadas comerciales en determinados días y horas, se hace con la voluntad de proteger el derecho al descanso de los ciudadanos. Por lo tanto, si la finalidad de la norma es esa, por analogía podría aplicarse también dicha restricción a las llamadas telefónicas para realizar encuestas, aunque no sean consideradas prácticas comerciales.

Así pues, **nuestra recomendación y consejo** es respetar esos momentos de descanso y evitar llamadas en los periodos que la ley limita, aunque esta solo regule las llamadas con un objetivo comercial directo.

También sugerimos realizar un control acerca del número de llamadas realizadas al mismo número de teléfono, con el objetivo de limitarlas. Y, por supuesto, verificar que dichos teléfonos no forman parte de la lista Robinson. Así lo recoge la guía de ESOMAR y GRBN de 2017 sobre "Investigación mediante dispositivos móviles" que animamos a releer.

Referencias:

- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por la que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.
- ESOMAR y GRBN (2017). Guía global. Investigación mediante dispositivos móviles.
- Lista Robinson: <https://www.listarobinson.es/>.

Para saber más o preguntar por temas éticos, puedes contactar con el comité en su correo electrónico: etica@ia-espana.org. Garantizamos la confidencialidad de las consultas.